

Technická univerzita v Liberci
Ekonomická fakulta

DIPLOMOVÁ PRÁCE



2012

Bc. Markéta Karasová

Technická univerzita v Liberci

Ekonomická fakulta

Studijní program: **N 6208 – Ekonomika a management**

Studijní obor: **Podniková ekonomika**

Liberalizace poštovního trhu v České republice

Liberalization of Postal Market in the Czech Republic

DP – PE – KEK – 2012 – 31

Bc. Markéta Karasová

Vedoucí práce: PhDr. Ing. Bednářová Pavla, Ph.D., katedra ekonomie

Konzultant: Mgr. Mikšík Ondřej, ředitel sekce legislativa, Česká pošta, s.p.

Počet stran: 78

Počet příloh: 3

Datum odevzdání: 4. května 2012

Poděkování:

Je mou milou povinností na tomto místě poděkovat mé vedoucí práce paní PhDr. Ing. Pavle Bednářové, Ph.D. za podporu a vedení diplomové práce, mému konzultantovi Mgr. Ondřejovi Mikšíkovi za cenné rady a náměty při konzultacích, paní Ing. Miroslavě Švadlenkové, Ph.D. za připomínky a informace, které mi v průběhu psaní práce ochotně poskytla a Mgr. Petře Králové za náměty a stylistické úpravy. Velmi vám děkuji.

Prohlášení

Byla jsem seznámena s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé diplomové práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li diplomovou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Diplomovou práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucí diplomové práce a konzultantem.

V Liberci dne 4. května 2012

Markéta Karasová

Anotace

Diplomová práce si klade za cíl zjistit, je-li možné dosáhnout původních cílů liberalizace poštovního trhu definovaných v evropských směrnicích. Na začátku je popsána liberalizace poštovního trhu jak z pohledu evropské legislativy, včetně postupného otevírání poštovního trhu, tak i z pohledu české právní úpravy. Pro srovnání jsou zde uvedeny některé členské státy EU, u kterých již úplná liberalizace poštovního trhu proběhla. Následně se práce zabývá analýzou poštovního trhu v ČR, která je především věnována hlavnímu národnímu poštovnímu operátorovi – České poště, s.p. Je zde popsáno portfolio služeb a činností, které největší zaměstnavatel ČR poskytuje. Další část práce je věnována alternativním poštovním operátorům, kteří mohou na liberalizovaném trhu konkurovat národnímu poštovnímu operátorovi. A konečná kapitola se zabývá předpokládanými ekonomickými dopady, kde je popsána otázka čistých nákladů a problematika financování univerzální poštovní služby.

Klíčová slova

Alternativní poštovní operátor, čisté náklady, financování univerzální služby, liberalizace, národní poštovní operátor, poštovní směrnice, univerzální poštovní služba, zákon o poštovních službách

Annotation

The target of the thesis is to identify, whether it is possible to reach the targets for liberalization of postal market defined in European directives. At the beginning, the study describes liberalization from the European and from the Czech legislature point of view, including the process of gradual postal market opening. For the purpose of better understanding and of comparison, there are presented examples of already completely liberalized postal markets in other EU states. The main part of the thesis analyses the Czech postal market with the focus first on the national postal operator Czech Post, state enterprise and its portfolio of services and activities, and second on alternative postal operators, possible competitors of the Czech Post on the liberalized market. Final chapters analyze forecasted economical consequences, the question of net costs and universal postal service financing.

Key Words

Alternative Postal Operators, Liberalization, National Postal Operators, Net Costs, Postal Directive, Postal Service Act, Universal Postal Service, Universal Service Financing

Obsah

SEZNAM ZKRATEK	6
MEZINÁRODNÍ SEZNAM ZKRATEK STÁTŮ	8
SEZNAM OBRÁZKŮ	10
SEZNAM TABULEK	11
SEZNAM SCHÉMAT	11
1. ÚVOD.....	13
2. LEGISLATIVNÍ RÁMEC LIBERALIZACE POŠTOVNÍHO TRHU	15
2.1 POJEM LIBERALIZACE	15
2.2 CÍLE LIBERALIZACE	16
2.3 PŘEDPOKLÁDANÉ VÝHODY A RIZIKA LIBERALIZACE	17
2.4 LEGISLATIVNÍ RÁMEC POŠTOVNÍCH SLUŽEB V EU	19
2.4.1 Zelená kniha a tři poštovní směrnice	19
2.4.2 Rozsah vyhrazených oblastí a snižování hmotnostního limitu	22
2.4.3 Univerzální poštovní služba	24
2.4.4 Poskytovatel UPS	27
2.5 LEGISLATIVNÍ RÁMEC POŠTOVNÍCH SLUŽEB V ČR	29
2.5.1 Základní poštovní služba	29
2.5.2 Poštovní licence	31
2.5.3 Národní regulační úřad	31
2.5.4 Základní kvalitativní požadavky	31
2.6 LIBERALIZAČNÍ PROCES POŠTOVNÍHO TRHU ČR	32
2.6.1 Předpokládaná situace v ČR na liberalizovaném trhu	33
2.6.2 Paralela s železniční a autobusovou dopravou.....	34
2.7 SITUACE PO LIBERALIZACI VE VYBRANÝCH ZEMÍCH EU	36
2.7.1 Švédsko, Finsko.....	36
2.7.2 Spojené království Velké Británie a Severního Irska	37
2.7.3 Estonsko, Nizozemí	38
2.7.4 Německo.....	39
3. ANALÝZA POŠTOVNÍHO TRHU V ČR.....	40
3.1 POSTAVENÍ NPO.....	41
3.1.1 Orgány a poslání podniku.....	41
3.2 PORTFOLIO SLUŽEB	42
3.3 POŠTOVNÍ SLUŽBY - VNITROSTÁTNÍ	43

3.3.1	Listovní zásilky.....	43
3.3.2	Reklamní DM zásilky	44
3.3.3	Distribuce předplatného tisku	45
3.3.4	Poštovní poukázky.....	45
3.4	POŠTOVNÍ SLUŽBY - MEZINÁRODNÍ.....	46
3.4.1	Listovní trh (odchozí zásilky)	46
3.5	NEPOŠTOVNÍ SLUŽBY – ADITIVNÍ SLUŽBY	47
3.6	POŠTOVNÍ SÍŤ A SPU	51
3.7	ALTERNATIVNÍ POŠTOVNÍ OPERÁTOŘI NA TRHU LZ	53
3.7.1	Mediaservis s. r. o.	53
3.7.2	Česká distribuční a.s.	56
3.7.3	TNT Post ČR s.r.o. → I.D. Marketing ČR s.r.o.	58
4.	PŘEDPOKLÁDANÉ EKONOMICKÉ DOPADY LIBERALIZACE POŠT. TRHU	62
4.1	ČISTÉ NÁKLADY ZÁVAZKU UPS	62
4.2	NEHMOTNÉ VÝHODY POSKYTOVATELE UPS	63
4.3	FINANCOVÁNÍ UNIVERZÁLNÍ SLUŽBY.....	64
4.3.1	Mechanismy zajišťování dodatečného financování UPS.....	65
4.4	NOVELA ZÁKONA O POŠTOVNÍCH SLUŽBÁCH	66
4.5	FINANČNÍ DOPAD NAVRHOVANÉ NOVELY ZÁKONA O POŠT. SLUŽBÁCH NA STÁTNÍ ROZPOČET	70
4.6	EKONOMICKÉ DOPADY NA POSKYTOVATELE ZÁKLADNÍ SLUŽBY	70
4.7	EKONOMICKÉ DOPADY NA PŘÍJEMCE ZÁKLADNÍ SLUŽBY	71
5.	ZÁVĚR	73
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	75
	SEZNAM PŘÍLOH	I
	PŘÍLOHA 1 PODÍL POŠTOVNÍHO SEKTORU NA TVORBĚ HDP V ROCE 2009	II
	PŘÍLOHA 2 ZAMĚSTNANOST V POŠTOVNÍM SEKTORU VE VZTAHU K CELKOVÉ ZAMĚSTNANOSTI.....	III
	PŘÍLOHA 3 SEZNAM ZÁKLADNÍCH SLUŽEB, NA KTERÉ SE VZTAHUJE POŠTOVNÍ POVINNOST.	IV

Seznam zkratek

AAPO	Asociace alternativních poštovních operátorů
AP	Alianční partner
B2B	Business-to-business je označení pro obchodní vztahy mezi obchodními společnostmi
B2C	Business-to-customer je označení pro obchodní vztahy mezi obchodními společnostmi a koncovými zákazníky
ČD	České dráhy, a.s.
ČP	Česká pošta, s.p.
ČR	Česká republika
ČTÚ	Český telekomunikační úřad
D + 1	Doba dopravy zásilek – den podání + 1 den
D + n	Doba dopravy zásilek není závazná
DM	Direkt mail – reklamní zásilka
DPH	Daň z přidané hodnoty
ES	Evropské společenství
EU	Evropská unie
HDP	Hrubý domácí produkt
ICT	Informační a komunikační technologie
ISDS	Informační systém datových schránek
LZ	Listovní zásilky
MFČR	Ministerstvo financí České republiky
MPO	Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky
MVČR	Ministerstvo vnitra České republiky
NPO	Národní poštovní operátor

OLZ	Obyčejné listovní zásilky
PSC	Poštovní směrovací číslo
SIPO	Sdružené inkaso plateb obyvatelstva
SPU	Sběrný přepravní uzel
TUL	Technická univerzita v Liberci
UPS	Univerzální poštovní služba

Mezinárodní seznam zkratk států

AT	Rakousko
BE	Belgie
BG	Bulharsko
CY	Kypr
CZ	Česká republika
DE	Německo
DK	Dánsko
EE	Estonsko
ES	Španělsko
FI	Finsko
FR	Francie
GR	Řecko
HU	Maďarsko
IE	Irsko
IS	Island
IT	Itálie
LT	Litva
LU	Lucembursko
LV	Lotyšsko
MT	Malta
NL	Nizozemí
NO	Norsko
PL	Polsko
PT	Portugalsko

RO	Rumunsko
SE	Švédsko
SI	Slovinsko
SK	Slovensko
UK	Spojené království Velké Británie a Severního Irska, dále v textu jen jako Spojené království

Seznam obrázků

OBRÁZEK 1: LIBERALIZACE POŠTOVNÍHO TRHU JEDNOTLIVÝCH ČLENSKÝCH STÁTŮ EU	21
OBRÁZEK 2: UMÍSTĚNÍ SPU ČP VČETNĚ ATRAKČNÍCH OBVODŮ – STAV ROKU 2011	51

Seznam tabulek

TABULKA 1: SLUŽBY VYHRAZENÉ POSKYTOVATELŮM UNIVERZÁLNÍ SLUŽBY V ČLENSKÝCH STÁTECH EU	23
TABULKA 2: VYBRANÉ SLUŽBY ZAŘAZENÉ DO UNIVERZÁLNÍ SLUŽBY NAD RÁMEC STANOVENÝCH MINIMÁLNÍCH POŽADAVKŮ V ČLENSKÝCH STÁTECH EU	26
TABULKA 3: SEZNAM POSKYTOVATELŮ UNIVERZÁLNÍ POŠTOVNÍ SLUŽBY, VČETNĚ PRÁVNÍ FORMY A PODÍLŮ STÁTNÍHO VLASTNICTVÍ V RÁMCI ČLENSKÝCH STÁTŮ EU	28
TABULKA 4: PLNĚNÍ LIMITU D+1 STANOVENÝ PRO SLEDOVÁNÍ DOB DOPRAVY OLZ.....	32
TABULKA 5: POČET POŠT VE VYBRANÝCH ČLENSKÝCH ZEMÍCH EU.....	53
TABULKA 6: PŘEHLED NABÍZENÝCH SLUŽEB NPO A ALTERNATIVNÍCH POŠTOVNÍCH OPERÁTORŮ V ČR	60
TABULKA 7: PŘEHLED ZISKU A OBRATU ZA OBDOBÍ 2008 – 2010 U NPO A ALTERNATIVNÍCH POŠTOVNÍCH OPERÁTORŮ V ČR (V MIL. KČ).....	61
TABULKA 8: SROVNÁNÍ NPO A ALTERNATIVNÍCH POŠTOVNÍCH OPERÁTORŮ Z HLEDISKA POČTU ZAMĚSTNANCŮ, PRAVIDELNOSTI DISTRIBUCE A POKRYTÍ SÍTĚ V ČR.....	61

Seznam schémat

SCHÉMA 1: LISTOVNÍ ZÁSILKY – POPIS SLUŽBY	43
SCHÉMA 2: LISTOVNÍ ZÁSILKY - VNITROSTÁTNÍ.....	44
SCHÉMA 3: POŠTOVNÍ POUKÁZKY – POPIS SLUŽBY	46
SCHÉMA 4: LISTOVNÍ ZÁSILKY - MEZINÁRODNÍ.....	47

1. Úvod

Diplomová práce se zabývá liberalizací poštovního trhu. Přestože se jedná o důležité a pro Českou republiku aktuální téma (částečně otevřený poštovní trh bude plně liberalizován k 1. 1. 2013), veřejnosti není příliš známé a diskuze o možných aspektech, cílech a důsledcích tohoto kroku probíhá téměř výhradně v odborných kruzích. Proto jsem se rozhodla jej podrobněji rozpracovat. Věnovat se chci legislativnímu rámci poštovních služeb či příkladům zemí, kde již liberalizace poštovního trhu proběhla. Podrobněji pak popíšu situaci v České republice, která se na úplnou liberalizaci poštovního trhu aktuálně připravuje. Zanalyzuji současný tuzemský poštovní trh a pokusím se načrtnout možné dopady celého procesu.

Cílem liberalizace, jak je blíže uvedeno v kapitole 2.2, je primárně zvýšit kvalitu poskytovaných služeb. Nicméně platná evropská legislativa, která cíle liberalizace definuje, vznikala v době, kdy atraktivita trhu poštovních služeb byla výrazně jiná než dnes. V současné době, především díky dynamickému technologickému rozvoji, dochází k masivní substituci tradičních komunikačních nástrojů a přechodu na nové, elektronické formy komunikace. V důsledku toho dlouhodobě a celosvětově klesají počty zasílaných listovních zásilek – významné části core businessu, tj. základních činností všech poštovních operátorů. Proto je třeba zamyslet se nad tím, zda je vůbec v dnešní době možné původních cílů liberalizace poštovního trhu dosáhnout, a pokud ano, tak za jakých podmínek? Neméně důležitá je problematika předpokládaných rizik celého procesu (viz kapitola 2.3), která souvisí především s optimálním nastavením a zajištěním povinné univerzální služby. Otázkou také zůstává, do jaké míry se mohou projevit případné negativní důsledky liberalizace jako je například tzv. vyzobávání rozinek.

Poštovní služby jsou na úrovni Evropské unie považovány za služby obecného hospodářského zájmu. Leží na rozhraní komunikací, reklamy, bankovníctví a dopravy a společně s dalšími službami v oblasti logistiky a komunikací tvoří klíčové odvětví hospodářství. Podle odstavce 5 preambule Směrnice 2008/6/ES Evropského parlamentu a Rady, kterou se mění Směrnice 97/67/ES s ohledem na úplné dotvoření vnitřního trhu poštovních služeb Společenství jsou poštovní služby podstatným komunikačním nástrojem a nástrojem výměny informací, které hrají klíčovou roli, jde-li o přispívání

k cílům sociální, hospodářské a územní soudržnosti EU. Poštovní sítě mají důležitý územní a sociální rozměr umožňující všeobecný přístup k základním místním službám. [35]

Poštovní sektor v rámci Evropské unie tedy i přes zásadní změny (především dlouhodobý trend v poklesu objemu listovních zásilek) zůstává významnou složkou evropské ekonomiky. Vytváří přibližně 70,2 miliardy EUR (0,6 %) evropského HDP a je v něm zaměstnáno přibližně 1,6 miliónů (0,75 %) všech pracovníků. [5], [35]

V Přílohách 1 a 2 jsou zobrazena srovnání jednotlivých evropských států z hlediska podílu poštovního sektoru na tvorbě HDP a zaměstnanosti v poštovním sektoru ve vztahu k celkové zaměstnanosti.

2. Legislativní rámec liberalizace poštovního trhu

Jedním z hlavních důvodů zajištění fungujícího legislativního rámce pro sektor poštovních služeb je jeho sociální charakter. Poštovní služby jsou totiž „*podstatným nástrojem komunikace a výměny informací, a hrají proto klíčovou roli, pokud jde o přispívání k cílům sociální, hospodářské a územní soudržnosti Unie. Poštovní sítě mají důležitý územní a sociální rozměr, jenž umožňuje všeobecný přístup k základním místním službám*“¹. Regulační rámec pro poštovní sektor byl stanoven již v roce 1997 směrnicí Evropského parlamentu a Rady 97/67/ES o společných pravidlech pro rozvoj vnitřního trhu poštovních služeb Společenství a zvyšování kvality služeb. Ten definuje „*opatření k zaručení všeobecných služeb a stanovení maximálních limitů pro poštovní služby, které členské státy mohou vyhradit pro své poskytovatele všeobecných služeb s ohledem na zachování všeobecných služeb, které by měly být postupně omezovány, a časový plán pro rozhodování o dalším otevírání trhu hospodářské soutěži za účelem vytvoření vnitřního trhu poštovních služeb*“². [33]

2.1 Pojem liberalizace

Pojem liberalizace pochází z latinského "liberare" osvobodit, uvolňovat. Obecně se chápe jako omezení zásahů správních orgánů (vláda, centrální banka) do vývoje ekonomiky a snižování jejich vlivu. Uvolnění trhu přináší pro další společnosti možnost vstoupit na trh, kde do té doby působil pouze jeden či několik málo velkých monopolů. To většinou vede ke konkurenčnímu boji, který by se měl projevit snížením cen a zkvalitněním služeb pro zákazníky. [11]

¹ Odst. 5, preambule, Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2008/6/ES, kterou se mění Směrnice 97/67/ES s ohledem na úplné dotvoření vnitřního trhu poštovních služeb Společenství

² Odst. 2, preambule, Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2008/6/ES, kterou se mění Směrnice 97/67/ES s ohledem na úplné dotvoření vnitřního trhu poštovních služeb Společenství

Liberalizace poštovního trhu tedy znamená postupné omezení dosavadního zvýhodněného (monopolního) postavení národních poštovních operátorů (dále jen NPO) tak, aby se zde mohla uplatnit konkurence, jež je obecně považována za prvek zvyšování kvality služeb. [17]

V současnosti probíhá liberalizace v České republice především na základě nařízení (či doporučení) Evropské unie. Již proběhla (a stále probíhá) v odvětvích jako jsou:

- Bankovníctví (krátce po revoluci)
- Telekomunikace (od roku 2001)
- Energetika – elektřina (od roku 2005)
- Energetika – zemní plyn (od roku 2007)
- Poštovní trh - zásilky nad 50 g (od 1. 1. 2006)
- Železniční doprava
- Poštovní trh - zásilky do 50 g (tj. úplná liberalizace poštovního trhu od 1. 1. 2013) [11]

2.2 Cíle liberalizace

Základním cílem liberalizace poštovního trhu je zvýšit kvalitu poskytovaných služeb. Úroveň těchto služeb je v rámci EU nižší, než odpovídá potřebám dnešní společnosti. Za hlavní příčinu se považuje dominantní, či dokonce monopolní postavení jednotlivých provozovatelů poštovní služby. Evropská unie vychází z úvahy, že vznik konkurence přinutí provozovatele poštovní služby k tomu, aby se více než dosud věnovali potřebám zákazníků, aby zvyšovali kvalitu svých služeb, a aby v rámci cenové konkurence snižovali své náklady. Vznik konkurence by měl současně přinést zákazníkům větší výběr služeb. „*Větší konkurenceschopnost by měla navíc umožnit, aby se v poštovním*

odvětví uplatnily alternativní metody komunikace a zvýšila se kvalita poskytovaných služeb v souladu se stále rostoucími požadavky uživatelů“³.

Dalším záměrem je umožnit podnikání všem zainteresovaným subjektům, a to ve všech oblastech poštovního trhu a za stejných podmínek. Tzv. Třetí poštovní směrnice (viz kapitola 2.4.1 d) vytyčuje 3 cíle:

- a) zajištění poskytování trvale udržitelné univerzální poštovní služby,
- b) otevření trhu poštovních služeb rovné soutěži,
- c) zajištění přiměřené ochrany uživatelů všech poštovních služeb, tj. nově nejen služeb poskytovaných veřejnými poštovními operátory.

Žádný z cílů nesmí být považován za nadřazený, a proto tyto cíle musí být v nové právní úpravě obsaženy v celém komplexu vzájemných vztahů, které jsou s jejich naplněním spojeny. [35]

2.3 Předpokládané výhody a rizika liberalizace

Liberalizace poštovního trhu má vytvořit rovné a spravedlivé podmínky pro všechny subjekty působící na trhu poštovních služeb tak, aby jejich spravedlivá a vzájemná soutěž přinesla tyto pozitivní důsledky:

- Zvýšení nabídky poskytovaných služeb
- Zlepšení kvality služeb
- Zachování či snížení cen služeb [17]

V souhrnu by to mělo vést k vyšší spokojenosti zákazníků. Všechny výše uvedené aspekty lze doložit např. na segmentu balíkových služeb, který je plně liberalizován. Neexistuje zde diskriminace, tj. velká města nejsou zvýhodňována oproti menším, ekonomicky ne tak výhodným lokalitám, např. venkovu. Obavy z liberalizace

³ Odst. 18, preambule, Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2008/6/ES, kterou se mění Směrnice 97/97/ES s ohledem na úplné dotvoření vnitřního trhu poštovních služeb Společenství

balíkového trhu se tedy nenaplnily, naopak došlo ke zlepšení poskytovaných služeb. Pozitivní vliv soutěže v této části trhu, a to zejména v posledním období, kdy je neustále zaznamenáván růst elektronického obchodu, je prokazatelný. Je ale nutné poznamenat, že poptávka po balíkových službách, na rozdíl od listovních, neustále roste (v návaznosti na penetraci internetu, a tudíž i nákupů zboží přes internet). V tomto segmentu neexistuje tak dramatická substituce služeb (zboží nelze zaslat elektronicky, i když se v poslední době neustále zvyšuje podíl osobního odběru zboží na výdejních místech e-shopů). Také hodnota služby (poštovního) je v porovnání s listovními zásilkami vyšší.

Naopak nejvíce diskutovaným rizikem spojeným s dokončením liberalizačního procesu poštovního trhu je **problematika zachování univerzální služby** (viz kapitola 2.4.3), neboť zrušením oblastí služeb vyhrazených stávajícím provozovatelům univerzální služby (monopolu) přijdou tito provozovatelé o část příjmů, ze kterých financovali poskytování (případně ztrátu) této nákladově náročné služby. I v podmínkách plně liberalizovaného trhu bude tato služba chápána jako služba sociální, která musí být lidem dostupná alespoň v určité minimální úrovni. Klíčový problém tedy nastává v otázce financování univerzální poštovní služby v podmínkách plně liberalizovaného trhu. [17]

Dalším rizikem pro řádné fungování trhu poštovních služeb se může stát tzv. **vyzobávání rožinek**. Lze předpokládat, že ve chvíli kdy dojde ke zrušení oblastí služeb vyhrazených stávajícím poskytovatelům univerzální služby (NPO), se budou konkurenti soustředit na poskytování dosud vyhrazené služby přednostně v nízkonákladových, ekonomicky výhodných oblastech (města, aglomerace), zatímco nákladově náročným oblastem (venkov) se budou vyhýbat. To může vést k znevýhodnění poskytovatele univerzální služby (držitele poštovní licence), neboť ten je povinen poskytovat poštovní služby i v místech s malou poptávkou (což je zákonitě spojeno s relativně vysokými náklady). Dosavadní existence monopolu v tomto segmentu možnosti tohoto mechanismu prakticky vylučovala. [27]

Za negativní důsledek liberalizace poštovního trhu je považována také obava z rozsáhlé **ztráty pracovních míst** u stávajících NPO, a to jednak z titulu částečné ztráty trhu a také z titulu jejich nutné restrukturalizace spojené s propouštěním neefektivních

pracovníků. Na druhou stranu se dají očekávat nová pracovní místa, která přibudou u konkurenčních poštovních operátorů, čímž se toto riziko částečně eliminuje. [17]

2.4 Legislativní rámec poštovních služeb v EU

2.4.1 Zelená kniha a tři poštovní směrnice

a) Zelená kniha

Zelená kniha o rozvoji jednotného trhu poštovních služeb byla vytvořena v červnu roku 1992. Evropská komise v ní zdůraznila potřebu vytvoření jednotného vnitřního trhu poštovních služeb s adekvátním harmonizovaným právním rámcem, který by umožnil všem evropským obyvatelům využívat na celém území efektivní, spolehlivé a kvalitní poštovní služby, a to za přijatelnou cenu. Zásady publikované v Zelené knize byly v průběhu více než 15 let kompletně rozpracovány do tří poštovních směrnic: [13], [19]

b) První poštovní směrnice

Dne 15. 12. 1997 byla schválena **Směrnice 97/67/ES Evropského parlamentu a Rady o společných pravidlech pro rozvoj vnitřního trhu poštovních služeb Společenství a zvyšování kvality služeb** (dále jen První poštovní směrnice). Tato směrnice stanovuje zejména společná pravidla pro poskytování univerzální poštovní služby v EU, tarifní principy a kritéria pro stanovení služeb, které mohou být vyhrazeny poskytovatelům univerzální poštovní služby (viz kapitola 2.4.4) či harmonizaci technických norem. Vyžaduje tedy od členských států regulaci trhu tak, aby byla zachována univerzální služba určitých parametrů. Všechny členské státy EU jsou povinny směrnicí dodržovat a upravit podle ní svoji národní legislativu. [13], [19]

c) Druhá poštovní směrnice

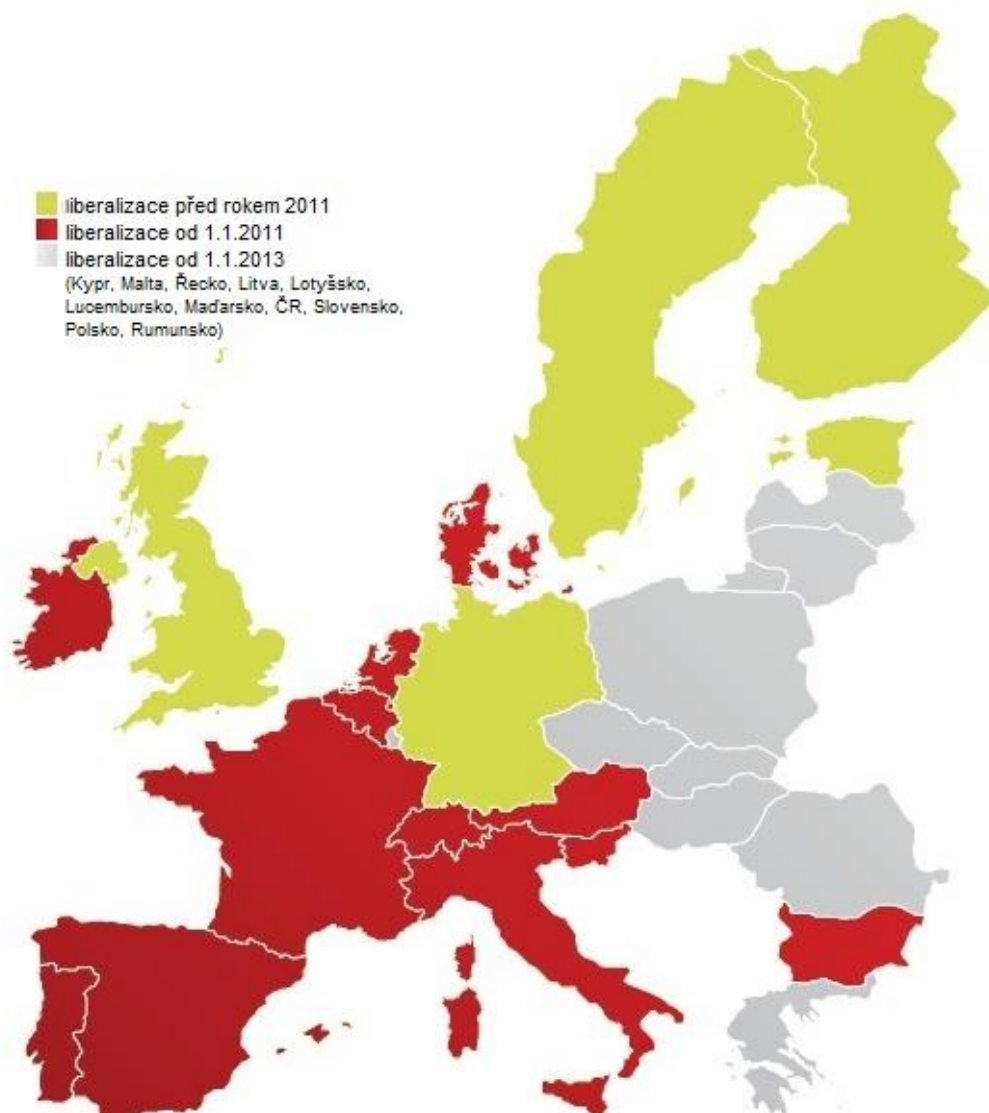
Směrnice 2002/39/ES Evropského parlamentu a Rady, pozměňující Směrnici 97/67/ES, pokud jde o další otevírání poštovních služeb Společenství konkurenci, ze dne 10. 6. 2002 stanovila na úrovni Společenství časový rozvrh postupného a řízeného otevírání se trhu listovních zásilek konkurenci, jenž by měl být zakončen úplnou liberalizací tohoto sektoru v roce 2009. Dále omezila zásilky, které mohou být

předmětem poštovní výhrady: „*Od 1. ledna 2003 je hmotnostní limit 100 gramů a od 1. ledna 2006 je hmotnostní limit 50 gramů. Hmotnostní limit stanovený od 1. ledna 2003 se nepoužije, je-li cena stejná nebo vyšší než trojnásobek veřejné sazby za listovní zásilku prvního stupně hmotnosti nejrychlejší kategorie, a hmotnostní limit stanovený od 1. ledna 2006 se nepoužije, je-li cena stejná nebo vyšší než dvouapůlnásobek této sazby*“⁴. Pokud jde o adresné reklamní zásilky, je zde stanoveno: „*V míře nezbytné pro zajištění zachování univerzální služby mohou být tyto zásilky vyhrazeny v rámci stejných limitů hmotnosti a ceny*“⁵. [13], [17], [19]

Rokem dokončení liberalizačního procesu, tj. vytvoření jednotného trhu poštovních služeb EU zcela otevřeného konkurenci, měl být podle Druhé poštovní směrnice rok 2009. Nicméně na základě jednání vlád členských států EU (1. října 2007) a následně Evropského parlamentu (31. 1. 2008) se termín pro úplné otevření evropského poštovního trhu posunul o dva roky, tj. na rok 2011. Tento posun termínu platil pro většinu států EU s výjimkou nových členů a států s obtížnou topografií. Těm byla lhůta pro plné otevření trhu konkurenci prodloužena o další dva roky, tj. do konce roku 2013. Výjimku získalo 11 z 27 členských států EU – CZ, CY, GR, HU, LU, LT, LV, MT, PL, RO, SK (viz Obrázek 1). Jednalo se především o státy, které přistoupily k EU v roce 2004, a prodloužená lhůta měla zajistit dostatek času pro zavedení nezbytných opatření k modernizaci a restrukturalizaci tamních poskytovatelů univerzální služby. [13], [18], [19]

⁴ Článek 1 Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2002/39/ES pozměňující Směrnici 97/67/ES, pokud jde o další otevírání poštovních služeb Společenství konkurenci

⁵ Článek 1 Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2002/39/ES pozměňující Směrnici 97/67/ES, pokud jde o další otevírání poštovních služeb Společenství konkurenci



Obrázek 1: Liberalizace poštovního trhu jednotlivých členských států EU

Zdroj dat: Interní materiály ČP

d) Třetí poštovní směrnice

Výše zmíněné ujednání (výjimka pro 11 členských států EU) je součástí nejnovější směrnice, jež upravuje sektor poštovních služeb EU - **Směrnice 2008/6/ES Evropského parlamentu a Rady, kterou se mění Směrnice 97/67/ES s ohledem na úplné dotvoření vnitřního trhu poštovních služeb Společenství**. Tzv. Třetí poštovní směrnice obsahuje řadu významných změn, které směřují k dotvoření plně liberalizovaného trhu v rámci všech států EU. Dále se zabývá problematikou zajištění univerzální poštovní služby v podmínkách plně liberalizovaného trhu a naznačuje možné způsoby financování (konečné rozhodnutí o tom, jak bude zabezpečena univerzální služba a její financování je na rozhodnutí samotných členských států). Směrnice musí být implementována jednotlivými členskými státy nejpozději do výše uvedených termínů plného otevření poštovního trhu konkurenci. [13], [19]

2.4.2 Rozsah vyhrazených oblastí a snižování hmotnostního limitu

Limity stanovené v První poštovní směrnici, resp. ve Druhé poštovní směrnici jsou stanoveny jako maximální limity (50 g), které jednotlivé členské státy mohou aplikovat. Je nutné dodat, že je pouze na nich, zda budou aplikovat limity nižší, tj. zda otevrou svoje poštovní trhy více, než požadují předmětné právní předpisy EU. Přehled rozsahu vyhrazených oblastí v jednotlivých členských státech je uveden v Tabulce 1. Z tabulky je zřejmé, že hmotnostní limit stanovila většina států EU s maximálně možným limitem definovaným ve výše uvedených směrnicích. Některé státy však snížily hmotnostní limit až na nulu, tj. zcela otevřely své poštovní trhy konkurenci. Jedná se o Švédsko, kde liberalizace poštovního trhu proběhla již v roce 1993, dále o Finsko (1994), Spojené království Velké Británie a Severního Irska (2006), Německo (2008) či Nizozemí a Estonsko (obě 2009). [17]

Tabulka 1: Služby vyhrazené poskytovatelům univerzální služby v členských státech EU

Členský stát EU	Vnitrostátní a příchozí mezinárodní zásilky	Adresné reklamní zásilky	Odcházející mezinárodní zásilky
Belgie	Plně liberalizováno		
Bulharsko	Plně liberalizováno		
Česká republika	x*		
Dánsko	Plně liberalizováno		
Estonsko	Plně liberalizováno		
Finsko	Plně liberalizováno		
Francie	Plně liberalizováno		
Irsko	Plně liberalizováno		
Itálie	Plně liberalizováno		
Kypr	x	x	x
Litva	x	x	
Lotyšsko	x	x	x
Lucembursko	x	x	x
Maďarsko	x	x	x
Malta	x	x	x
Německo	Plně liberalizováno		
Nizozemí	Plně liberalizováno		
Polsko	x	x	x
Portugalsko	Plně liberalizováno		
Rakousko	Plně liberalizováno		
Rumunsko	x	x	x
Řecko	x	x	x
Slovensko	x**	x	x
Slovinsko	Plně liberalizováno		
Španělsko	Plně liberalizováno		
Švédsko	Plně liberalizováno		
Velká Británie	Plně liberalizováno		

* Česká republika - liberalizovány jsou také mezinárodní příchozí zásilky

** Slovensko - příchozí mezinárodní zásilky jsou liberalizovány, doručí-li je ten, u koho byly podány

Zdroj dat: [10], [17], vlastní konstrukce

2.4.3 Univerzální poštovní služba

a) UPS v celosvětovém měřítku

V celosvětovém kontextu je univerzální poštovní služba (dále jen UPS) definována ve Světové poštovní úmluvě. Dle článku 3 této úmluvy mají členské země dbát na to, aby všichni zákazníci měli právo na univerzální poštovní službu, která znamená trvalé poskytování kvalitních základních poštovních služeb v každém místě jejich území a za dostupné ceny. *„K dosažení tohoto cíle stanoví členské země v rámci své poštovní legislativy nebo jinými obvyklými prostředky rozsah nabízených poštovních služeb, jakož i požadavky na kvalitu a dostupnost cen, s přihlédnutím jak k potřebám obyvatelstva, tak ke svým vnitrostátním podmínkám“*⁶. Dále mají členské země zajistit, aby provozovatelé, kteří jsou odpovědní za poskytování univerzální služby, dodržovali nabídku služeb a normy kvality, a také aby univerzální poštovní služba byla poskytována uskutečnitelným způsobem zaručujícím její trvalou udržitelnost. [34]

b) UPS v evropském měřítku

První poštovní směrnice definuje v evropském kontextu univerzální poštovní službu. Odstavec 1 článku 3 směrnice hovoří o povinnosti členských států zajistit pro své uživatele *„právo na univerzální službu zahrnující trvalé poskytování poštovní služby ve stanovené kvalitě ve všech místech na jejich území za dostupné ceny pro všechny uživatele“*⁷. Z odstavce 3 článku 3 vyplývá pro poskytovatele UPS povinnost zaručit tuto službu *„nejméně pět pracovních dnů v týdnu, s výjimkou okolností nebo zeměpisných podmínek považovaných za mimořádné“*⁸. Podle odstavce 4, článku 3 směrnice musí UPS obsahovat při nejmenším následující služby:

⁶ Článek 3, odst. 2, Světová poštovní úmluva

⁷ Článek 3, odst. 1, Směrnice 97/67/ES Evropského parlamentu a Rady o společných pravidlech pro rozvoj vnitřního trhu poštovních služeb Společenství a zvyšování kvality služby

⁸ Článek 3, odst. 3, Směrnice 97/67/ES Evropského parlamentu a Rady o společných pravidlech pro rozvoj vnitřního trhu poštovních služeb Společenství a zvyšování kvality služby

- *výběr, třídění, přepravu a dodání poštovních zásilek do 2 kg*
- *výběr, třídění, přepravu a dodání poštovních balíků do 10 kg*⁹
- *služby doporučených zásilek a zásilek s udanou cenou*¹⁰

V Tabulce 2 jsou vypsány služby, o které některé členské státy dobrovolně rozšířily výše stanovený minimální rozsah UPS.

Další důležité povinnosti, které se týkají poskytování UPS, jsou charakterizovány v článku 5 První poštovní směrnice. Píše se v ní, že např. uživatelům musí být nabízena stejná služba za srovnatelných podmínek, musí být dostupná bez diskriminace v kterékoli podobě, zvláště bez diskriminace vzniklé z politických, náboženských nebo ideologických důvodů. Dále pak, že nebude zastavena či přerušena s výjimkou případů vyšší moci, a že se bude rozvíjet v závislosti na potřebách uživatelů a také na technickém, společenském a hospodářském prostředí. [34]

a) UPS v českém měřítku

Univerzální poštovní služba v českém kontextu je nazývána Základní poštovní službou a je definována v zákonu č. 29/2000 Sb., o poštovních službách a o změně některých zákonů (viz kapitola 2.5.1).

⁹ Národní regulační úřady mohou v jednotlivých členských státech zvýšit hmotnostní limit až na 20 kg a mohou stanovit zvláštní opatření pro dodávání balíků do domu.

¹⁰ Článek 3, odst. 4, Směrnice 97/67/ES Evropského parlamentu a Rady o společných pravidlech pro rozvoj vnitřního trhu poštovních služeb Společenství a zvyšování kvality služby

Tabulka 2: Vybrané služby zařazené do univerzální služby nad rámec stanovených minimálních požadavků v členských státech EU

Členský stát EU	Kurýrní služby	Přepážkové služby	Noviny	Soukromé schránky	Časopisy	Adresné reklamní zásilky	Poštovní poukázky	Hromadné zásilky
Belgie			x		x	x		
Bulharsko						x	x	
Česká republika		x					x	x
Dánsko		x	x		x	x		
Estonsko	x				x	x		
Finsko						x		
Francie			x		x	x		x
Irsko				x		x	x	x
Itálie			x		x	x		
Kypr			x		x	x		
Litva						x		
Lotyšsko								
Lucembursko			x		x			x
Maďarsko			x		x	x		
Malta		x	x		x	x		
Německo		x	x		x		x	
Nizozemí		x				x*		
Polsko		x		x			x	x
Portugalsko			x		x	x	x	
Rakousko		x		x				x
Rumunsko			x		x	x		
Řecko								
Slovensko					x	x	x	x
Slovinsko			x		x			
Španělsko						x	x	
Švédsko		x**	x		x	x		
Velká Británie						x		x

* V Nizozemí je odlišná definice adresné reklamní zásilky

** Ve Švédsku byly zrušeny přepážkové služby jako UPS k 31. 12. 2008

Zdroj dat: [10], vlastní konstrukce

2.4.4 Poskytovatel UPS

Poskytovatel UPS je veřejný nebo soukromý subjekt, který poskytuje poštovní službu nebo její část uvnitř členského státu EU. Jeho totožnost musí být oznámena Komisi EU v souladu s článkem 4 První poštovní směrnice. Každý členský stát stanoví v souladu s právem Evropského společenství povinnosti a práva přidělená poskytovateli UPS a zveřejní je. Vývoj, který se týká právní formy poskytovatelů UPS, resp. NPO, a to od formy státem vlastněných podniků ke klasickým obchodním společnostem, byl v podstatě dokončen do konce roku 2010. Právní forma státního podniku zůstává pouze v ČR, Rumunsku a na Kypru. S několika výjimkami zůstávají NPO v plném, případně většinovém vlastnictví státu. Je zapotřebí připomenout, že restrukturalizace NPO ať už organizační či vlastnická, nikdy nebyla součástí reformy evropského poštovního sektoru.

V Tabulce 3 jsou uvedeni poskytovatelé UPS, resp. NPO v jednotlivých členských zemích EU, včetně organizačního statusu a podílu státního vlastnictví. Z ní je zřejmé, že většina NPO se již transformovala na obchodní společnosti, zatím však se 100% podílem státu. Pak tu jsou státy jako Malta, Německo¹¹ či Nizozemí, které již zcela prodaly své podíly u NPO. Na tomto místě je dobré si připomenout, že jednou z fází restrukturalizačního procesu je již zmíněná transformace NPO na obchodní společnost, tzv. korporatizace. Díky této změně má NPO možnost pružněji reagovat na měnící se tržní podmínky, zejména efektivněji nakládat se svým majetkem. Slovo svým je zde opodstatněné, neboť NPO už není pouze správcem majetku, nýbrž jeho reálným vlastníkem. S majetkem tak může NPO volně nakládat a získané prostředky investovat do nových služeb a technologií. Neměli bychom však opomenout, že realizace investic je ve srovnání s investováním ze soukromých zdrojů komplikovanější a také omezenější (větší averze vůči riziku). V ČR je v tomto případě nutné respektovat zákon č. 137/2006, o veřejných zakázkách.

¹¹ V Německu stát drží 31 % akcií skrz státem vlastněnou bankovní instituci KfW.

Tabulka 3: Seznam poskytovatelů univerzální poštovní služby, včetně právní formy a podílů státního vlastnictví v rámci členských států EU

Členský stát EU	Poskytovatel univerzální služby	Právní forma**	Podíl státního vlastnictví
Belgie	La Poste	Public Limited Company	50 %
Bulharsko	Bulgarian Posts	Corporation	100 %
Česká republika	Česká pošta	Státní podnik	100 %
Dánsko	Post Danmark	Public Limited Liability Company	100 %
Estonsko	Eesti Post	Public Limited Company	100 %
Finsko	Itella Corporation	Public Limited Company	100 %
Francie	La Poste	Limited Company	100 %
Irsko	An Post	Public Limited Company	100 %
Itálie	Poste Italiane	Public Limited Company	65 %
Kypr	Cyprus Post	Part of Ministry of Communications and Works	100 %
Litva	Lietuvos Paegas	Join Stock Company	100 %
Lotyšsko	Latvijas Pasts	Stock Company	100 %
Lucembursko	P & T Luxemburg	Public Limited Company	100 %
Maďarsko	Magyar Posta	Limited Company	100 %
Malta	Maltapost	Public Limited Company	0 %
Německo	Deutsche Post	Public Limited Company	30,5 % *
Nizozemí	TNT	Public Limited Company	0 %
Polsko	Poczta POLSKA	Joint Stock Company	100 %
Portugalsko	CTT	Public Limited Company	100 %
Rakousko	Österreichische Post	Public Limited Company	52,8 %
Rumunsko	Posta Romana	State ownership	100 %
Řecko	ELTA Hellenic Post	Limited Liability Company	90 % *
Slovensko	Slovenská pošta	Joint Stock Company	100 %
Slovinsko	Posta Slovenije	Limited Liability Company	100 %
Španělsko	Correos y Telégrafos	Public Limited Company	100 %
Švédsko	Posten AB	Public Limited Company	100 %
Velká Británie	Royal Mail	Limited Company	100 %

* Německo - státem vlastněná bankovní instituce KfW drží 31% podíl

Řecko - řecká poštovní spořitelna drží 10 %, v současné době Řecko uvažuje o prodeji svého 39% podílu

** Public Limited Company - akciová společnost; Corporation - obchodní společnost

Public Limited Liability Company - veřejná společnost s ručením omezeným

Limited Company - společnost s ručením omezeným

Part of Ministry of Communications and Works - součást Ministerstva spojů a prací

Joint Stock Company - akciová společnost; Stock Company - akciová společnost

State ownership - státní vlastnictví; Limited Liability Company - společnost s ručením omezeným

Zdroj dat: [5], [35], vlastní konstrukce

2.5 Legislativní rámec poštovních služeb v ČR

Sektor poštovních služeb podléhá **zákonu č. 29/2000 Sb., o poštovních službách a o změně některých zákonů (zákon o poštovních službách)**, který nabyl účinnosti dne 1. 7. 2000. „*Tento zákon upravuje podmínky pro poskytování a provozování poštovních služeb, práva a povinnosti, které při poskytování a provozování poštovních služeb vznikají, jakož i zvláštní práva a zvláštní povinnosti těch provozovatelů poštovních služeb, kteří mají povinnosti zajišťovat základní služby*“¹².

Zákon byl několikrát novelizován, při čemž nejvýznamnější změnu přinesl **zákon č. 95/2005 Sb., o poštovních službách**, kterým došlo k přenesení výkonu regulačních pravomocí do působnosti Českého telekomunikačního úřadu. Regulační funkce se týká pouze poštovních služeb provozovaných poskytovatelem univerzální služby, ostatní operátoři regulováni nejsou. [19]

Vláda České republiky svým usnesením č. 1565 ze dne 7. 12. 2005 schválila **nařízení vlády č. 512/2005 Sb., o stanovení rozsahu poštovního oprávnění**, které s účinností od 1. 1. 2006 upravuje cenové a hmotnostní limity služeb vyhrazených národnímu poštovnímu operátorovi. Podle tohoto nařízení je držiteli poštovní licence vyhrazeno dodávání písemností do 50 g hmotnosti a zároveň do 18 Kč. [19]

2.5.1 Základní poštovní služba

Poštovní zákon vymezuje jako jeden ze základních pojmů tzv. základní poštovní službu, kterou dle § 2 písm j) definuje jako: „*poštovní službu a zahraniční poštovní službu, která je vzhledem k potřebám veřejnosti pod ochranou státu zajišťovanou způsobem podle tohoto zákona*“¹³. Zákon dále stanovuje povinnost zajistit všeobecnou dostupnost této služby na celém území ČR s tím, že národní regulační úřad zveřejní v Poštovním

¹² § 1, část první zákona č. 29/2000 Sb., o poštovních službách, ve znění pozdějších předpisů

¹³ § 2 písm j) zákona č. 29/2000 Sb., o poštovních službách, ve znění pozdějších předpisů

věstníku, které poštovní služby a které zahraniční poštovní služby jsou vzhledem k potřebám veřejnosti základními službami. V Poštovním věstníku č. 13/2008 bylo stanoveno, že základními službami jsou:

1. Obyčejná služba (vnitrostátní)
2. Obyčejná služba pro nevidomé (vnitrostátní)
3. Doporučená služba (vnitrostátní)
4. Doporučená služba pro nevidomé (vnitrostátní)
5. Balíková služba (vnitrostátní)
6. Poštovní poukaz hotovost - hotovost (vnitrostátní)
7. Poštovní poukaz účet - hotovost (vnitrostátní)
8. Poštovní poukaz hotovost - účet (vnitrostátní)
9. Obyčejná služba (do zahraničí)
10. Obyčejná služba - tiskoviny (do zahraničí)
11. Obyčejná služba pro nevidomé (do zahraničí)
12. Doporučená služba (do zahraničí)
13. Doporučená služba - tiskoviny (do zahraničí)
14. Doporučená služba pro nevidomé (do zahraničí)
15. Balíková služba (do zahraničí)
16. Poštovní poukaz hotovost-hotovost (do zahraničí)
17. Základní zahraniční poštovní služby¹⁴

Bližší specifika základních poštovních služeb jsou uvedeny v Příloze 3.

Základní služby jsou „osvobozeny od daně, pokud jsou provozovány držitelem poštovní licence nebo zvláštní poštovní licence podle zvláštního právního předpisu“¹⁵. Smysl spočívá v tom, aby základní služby nebyly zdraženy o DPH, neboť jsou považovány

¹⁴ Služby svou povahou obdobné poštovním službám podle bodů 9. až 16., jejichž poskytnutí bylo sjednáno v zahraničí a jejichž účelem je dodání věci nebo peněžní částky v České republice.

¹⁵ § 52 zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty

za součást služeb veřejného zájmu, tudíž by měly být poskytovány za dostupné ceny¹⁶. Členské státy se při uplatňování osvobození od DPH musejí držet kritérií, stanovených v rámci regulace poštovních služeb. [13], [37]

2.5.2 Poštovní licence

V Poštovním věstníku č. 13/2008 bylo zveřejněno rozhodnutí o udělení poštovní licence České poště, s.p. na období 1. 1. 2009 – 31. 12. 2012. Podle §19 poštovního zákona držitel poštovní licence má:

- a) povinnost zajistit všeobecnou dostupnost základních služeb na celém území České republiky,
- b) oprávnění provozovat poštovní služby.

2.5.3 Národní regulační úřad

Funkci národního regulačního úřadu v ČR vykonává Český telekomunikační úřad (dále jen ČTÚ). ČTÚ plní povinnosti správního orgánu ve věcech stanovených zákonem, včetně regulace trhu a stanovování podmínek pro podnikání v oblasti elektronických komunikací a poštovních služeb, zejména v návaznosti na příslušná ustanovení zákona č. 29/2000 Sb., o poštovních službách, v platném znění (dále jen poštovní zákon). [25]

2.5.4 Základní kvalitativní požadavky

V rámci svých regulačních pravomocí ČTÚ stanovil základní kvalitativní požadavky uplatňované vůči České poště, s.p., které jsou podrobně popsány v Poštovním věstníku č. 13/2008. Způsob zajišťování základních služeb, který si Česká pošta, s.p. zvolí, smí

¹⁶ Transpoziční ustanovení čl. 132 odst. 1 písm a) Směrnice Rady 2006/112/ES o společném systému daně z přidané hodnoty.

záviset pouze na objektivních potřebách veřejnosti nebo na vnějších podmínkách pro jejich zajišťování¹⁷. Kvalitativní požadavky se týkají například hustoty a dostupnosti obslužných míst, dostupnosti podání v čase, otevírací doby provozoven, způsobu dodávání adresátům, rychlosti přepravy, vyřizování reklamací aj. Kvalitativní požadavky jsou každoročně posouzeny ve Zprávě o plnění povinností ČP v oblasti základních služeb vydávané ČTÚ.

Sledování dob dopravy OLZ – limit D + 1

Za nejsledovanější kvalitativní a v podstatě jediný měřitelný požadavek se dá požadovat Sledování doby dopravy Obyčejných listovních zásilek v limitu D + 1. V Tabulce 4 jsou vypsány limity, které byly ČTÚ stanoveny v letech 2009 – 2011 a vyhodnocení plnění ČP. Na rok 2012 byl limit stanoven na 95 %.

Tabulka 4: Plnění limitu D+1 stanovený pro sledování dob dopravy OLZ

Rok	Limit stanovený ČTÚ	Plnění ČP
2009	91 %	92,09 %
2010	92,50 %	93,19 %
2011	94 %	92,31 %
2012	95 %	

Zdroj dat: Interní materiály ČP

2.6 Liberalizační proces poštovního trhu ČR

ČR má povinnost regulační rámec EU upravující plně liberalizovaný poštovní trh transponovat nejpozději do 31. 12. 2012, neboť využila své možnosti podle článku 3 Třetí poštovní směrnice odložit provádění této směrnice do uvedeného data. Implementace směrnice do českého právního řádu bude provedena prostřednictvím novely poštovního zákona.

Tento klíčový zákon ve své původní verzi z roku 2000 stanovil poprvé věcný a hmotnostní limit poštovní výhrady pro provozovatele univerzální poštovní služby –

¹⁷ § 1 Přílohy k výroku č. V rozhodnutí č.j. 76 026/2008-608, Poštovní věstník č. 13/2008

písemnost jako věcný limit a 350 g jako hmotnostní limit. Tyto limity byly následně upravovány:

- Nařízením vlády č. 112/2000 Sb., které specifikovalo obecný pětinasobek ceny tehdejšího základního tarifu na 27 Kč ve vnitrostátním styku a 45 Kč v mezinárodním styku.
- Nařízením vlády č. 305/2003 Sb., které snížilo hmotnostní limit na 100 g a cenový limit na 19 Kč, s účinností od 1. 5. 2004. Zde došlo k přesunutí hmotnostního limitu z poštovního zákona do podzákoné normy z důvodu snadnější pozdější změny a také došlo ke sjednocení cenového limitu pro vnitrostátní a mezinárodní styk¹⁸.
- Nařízením vlády č. 512/2005 Sb., definující v současnosti platné limity – 50 g, 18 Kč, s účinností od 1. 1. 2006. [17], [19]

Je nutné říci, že díky již liberalizovaným příchozím i odchozím přeshraničním poštovním zásilkám a již liberalizovanému direkt mailu je poštovní trh v ČR otevřen nad rámec svých povinností, které jsou v souvislosti s postupnou liberalizací sektoru poštovních služeb EU stanoveny v již uvedených příslušných evropských právních předpisech. [17], [18]

2.6.1 Předpokládaná situace v ČR na liberalizovaném trhu

V souvislosti s úplnou liberalizací poštovního trhu v ČR lze předpokládat také rozvoj konkurence především v aktivitách tzv. upstream¹⁹ části poštovního řetězce. Využívání poštovní sítě NPO alternativními poštovními operátory, tj. cesty, kterou se např. vydala většina konkurence ve Spojeném království Velké Británie a Severního Irska, zřejmě rozhodně nebude v podmínkách ČR ani zdaleka taková, což vyplývá právě z jiné

¹⁸ Sjednocení cenového limitu pro vnitrostátní a mezinárodní styk bylo reakcí na kritiku existence dvou různých limitů ze strany Evropské komise.

¹⁹ Aktivitu předcházející samotnému předání zásilek do přepravní sítě NPO jako např. databázový management, DM služby včetně geomarketingu, tisk a kompletace zásilek.

koncepce liberalizačního procesu. Konkurence na poštovním trhu v ČR se zřejmě vydá jinou cestou, a to nabídkou kompletních, end-to-end²⁰ služeb. To již potvrdili někteří alternativní poštovní operátoři (Mediaservis s.r.o., Česká distribuční a.s.), kteří do oblasti adresné distribuce listovních zásilek pronikli z distribuce novin a časopisů či z neadresné distribuce reklamních letáků, a kteří již vyhlíží okamžik plné liberalizace poštovního trhu. [18]

2.6.2 Paralela s železniční a autobusovou dopravou

V rámci problematiky poštovního trhu v ČR po liberalizaci by bylo zajímavé se pro srovnání podívat na jiný český trh, který již liberalizován byl. Dobrým příkladem by mohla být např. oblast železniční dopravy, kde výhradním poskytovatelem služeb byla akciová společnost České dráhy (dále jen ČD), která je největším národním dopravcem v ČR.

Dne 11. 2. 2011 byl schválen návrh zákona, kterým se mění zákon č. 266/1994 Sb., o drahách, ve znění pozdějších předpisů, a zákon č. 634/2004 Sb., o správních poplatcích, ve znění pozdějších předpisů. Tímto návrhem se do českého právního řádu transformovala mmj. také Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2007/58/ES, kterou se mění Směrnice Rady 91/440/EHS o rozvoji železnic Společenství a Směrnice 2001/14/ES o přidělování kapacity železniční infrastruktury a zpoplatnění železniční infrastruktury. „Cílem této směrnice je zaměřit se na otevření trhu mezinárodní železniční dopravy v rámci Společenství“²¹. Směrnice požaduje, aby se železničním podnikům udělilo právo přístupu k infrastruktuře ve všech členských státech pro účely provozování mezinárodní železniční dopravy. [6]

²⁰ Sběr, třídění a doručování zásilek

²¹ Odst. 4, preambule, Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2007/58/ES, kterou se mění Směrnice Rady 91/440/EHS o rozvoji železnic Společenství a Směrnice 2001/14/ES o přidělování kapacity železniční infrastruktury a zpoplatnění železniční infrastruktury

V souvislosti s usnesením vlády jsou postupně realizovány kroky, které liberalizují dálkovou železniční dopravu v ČR. Ministerstvo dopravy ČR tím chce docílit zvýšení komfortu cestujících, neboť přirozená konkurence je zdravá. Při procesu postupného otevírání trhu v dálkové dopravě je zapotřebí nejprve oznámit Věstníku EU, že se plánuje vyhlásit výběrové řízení na určitou trať. Taková informace musí být zveřejněna ve Věstníku po dobu 12 měsíců. Po této lhůtě je možné vyhlásit samotné výběrové řízení, jehož výsledkem je nový dopravce. Bez ohledu na to, že je v ČR určen národní dopravce, chce Ministerstvo dopravy ČR vyhlásit tendr na všechny státem objednávané dálkové linky. [6]

Cílem ČD bylo stát se moderním, konkurenceschopným a finančně stabilizovaným osobním dopravcem první volby na liberalizovaném trhu. Tak definoval podnik svůj cíl ve Výroční zprávě za rok 2009. [21] Díky zkušenosti na trati Praha-Ostrava, na kterou v září 2011 vstoupila společnost RegioJet, se potvrdily předpoklady, že konkurenční boj vede ke zkvalitnění i větší nabídce služeb a ke snížení cen. Na železniční trh společnost RegioJet, dceřiná společnost Student Agency, vstoupila jako komerční dopravce na základě evropské legislativy. Nastala tak nová situace jak pro správce infrastruktury, tak pro ČD. Vzhledem k tomu, že některé záležitosti nebyly zákonně vyřešeny (např. přístup k nádražním budovám, kde jsou umístěny pokladny, využití opravárenské infrastruktury či mobilní plošiny pro přepravu osob s omezenou pohyblivostí), nastala nová a nezvyklá situace pro všechny operující subjekty. Konkurenční společnost RegioJet po pár měsících dosahuje velice dobrých výsledků nejen díky vysoké obsazenosti svých vlaků, ale také díky spokojenosti zákazníků s jejich službami. [7]

Na druhou stranu je nutné podotknout, že společnost RegioJet si pro svou oblast zájmů vybrala pouze hlavní, prosperující trať Havířov – Ostrava – Praha, tedy nejlukrativnější oblasti. Do budoucna společnost plánuje provozovat regionální vlaky na Slovensku (na trase Bratislava – Dunajská Streda – Komárno), jedná také s německou společností Deutsche Bahn o spolupráci na provozování tratě Praha – Berlín – Hamburk, což se jednoznačně dá považovat za lukrativní, ekonomicky výhodnou oblast. Pokud v jednání RegioJet uspěje, nahradí tak stávajícího provozovatele této trati, kterým není nikdo jiný než ČD. Na první zmíněnou trať (Havířov – Ostrava – Praha) se chystá vstoupit další konkurenční společnost Leo Express. [7]

Obdobný vývoj je zřetelněji vidět na autobusové dopravě, kdy v roce 2003 vstoupila na trh vnitrostátní autobusové dopravy společnost Student Agency svými žlutými linkami Student Agency Express. Pohodlné, komfortní, klimatizované autobusy s přidanou hodnotou služeb v podobě teplého nápoje či denního tisku pro cestující zdarma byly ve vnitrostátní dopravě v porovnání s klasickými „karosami“ opravdový průlom. Je nutné doplnit, že linky společnost provozuje pouze na meziměstských trasách, které vedou vždy z hlavního města Prahy do největších měst v ČR, tedy opět na ekonomicky nejvýhodnějších linkách. Tj. Praha – Brno, Praha – Liberec, Praha – Plzeň, Praha – Karlovy Vary atp. Nyní žluté autobusy poskytují servis na 6 vnitrostátních a 14 mezinárodních linkách. Díky vstupu této společnosti, která je cíleně silně orientována na zákazníka, došlo v autobusové dopravě k výraznému zkvalitnění služeb a zároveň zlevnění jízdného, ovšem jen na lukrativních trasách. Regionální linky musejí obce obsluhovat a financovat samy ze svého rozpočtu, neb nemají komerční subjekty, které by malé trasy obsloužily. [14]

Jak je dnes dobře vidět, v rámci liberalizace se boj o zákazníka odehrává primárně v lukrativních oblastech (hlavní koridory), kde mají spoje největší ekonomický potenciál. Regionální tratě (vedlejší koridory) pak zůstávají národnímu dopravci, který jakožto národní operátor má povinnost tyto tratě obsloužit. Lze tedy usuzovat, že problém tzv. vyzobávání rozinek lze očekávat i na zcela liberalizovaném poštovním trhu.

2.7 Situace po liberalizaci ve vybraných zemích EU

2.7.1 Švédsko, Finsko

I přesto, že Švédsko a Finsko liberalizovaly své poštovní trhy již v letech 1993 a 1994, původní NPO mají v těchto zemích naprosto dominantní postavení na trhu adresné distribuce listovních zásilek. Vzhledem k omezenému rozvoji konkurence z důvodu velmi přísných podmínek vstupu na trh funguje ve Finsku v tomto sektoru v podstatě pouze NPO. V roce 2010 byl upraven zákon o poštovních službách, kde došlo

ke zmírnění podmínek pro poskytování UPS. Ve Švédsku bylo až do roku 1999 velmi těžké konkurovat Posten AB na celonárodní úrovni. Poté začala konkurovat pouze jediná společnost Citymail, která ale provozuje svoji činnost pouze na části území (pokrývá zhruba 40 % domácností). Posten AB postupně po otevření trhu zefektivnila provoz (snížila počet pracovníků, redukovala poštovní síť apod.). Samozřejmě v obou zemích provozuje svoji činnost řada malých regionálních distribučních společností či firem, které se zabývají především aktivitami v tzv. upstream (viz poznámka pod čarou č. 19) části poštovního řetězce, nicméně na národní úrovni konkurence neexistuje. U obou států jsou důvody pro tak málo rozvinuté konkurenční prostředí v podstatě dva:

- Jedná se o rozlehlé státy s nízkou hustotou osídlení, což činí poštovní trhy těchto zemí málo atraktivní pro konkurenty z důvodu nákladnosti budování celostátní distribuční sítě (a to i přesto, že počet doručených adresných zásilek na jednoho obyvatele je u těchto států asi čtyřikrát vyšší v porovnání se situací v ČR).
- Tvrdé licenční podmínky pro potenciální alternativní poštovní operátory. [18]

2.7.2 Spojené království Velké Británie a Severního Irska

Ve Spojeném království Velké Británie a Severního Irska (dále jen Spojené království) proběhla postupná liberalizace v návaznosti na jednotlivé segmenty poštovního trhu (první fáze liberalizovala bulk mail²² nad 4 000 ks, druhá fáze pak umožňovala přístup konkurentů do sítě Royal Mail s následným konečným doručením prostřednictvím Royal Mail a konečně třetí fáze umožnila plnou konkurenci). Vzhledem k nastaveným zejména cenovým podmínkám přístupu do sítě se rozvíjela konkurence výhradně v upstream části řetězce, nikoliv v end-to-end. V licencované části oblasti služeb (většina poštovních zásilek vážících méně než 350 g s výjimkou například knih, časopisů, novin apod.) provozuje svoji činnost 18 firem (Citypost AMP Limited, DHL Global Mail, TNT Post UK Limited apod.). Zdálo by se tedy, že konkurence je velmi rozvinutá. Na druhou stranu si také původní NPO, tedy Royal Mail, stále drží naprosto

²² Bulk mail = hromadné zásilky

dominantní postavení na trhu adresné distribuce listovních zásilek (uvádí se 97 %). Kromě již zmíněné upstream části řetězce se konkurence rozvíjí také v rámci tzv. downstream access, tj. smlouvy o přístupu do doručovací poštovní sítě Royal Mail s alternativními poštovními operátory. Typické pro tuto službu je předání dopisů od alternativních poštovních operátorů do poštovní sítě Royal Mail v třídících centrech v oblasti doručení zásilky a platba za realizaci tzv. poslední míle distribuce, tj. doručení. Pokud ale jde o tzv. end-to-end distribuci, tj. situaci, kdy by konkurent Royal Mail sbíral, třídil a doručoval listovní zásilky, lze konstatovat, že zde je konkurence naprosto zanedbatelná a objem takto doručených listovních zásilek představuje 0,2 % objemu zásilek licencované oblasti. Konkurenti mající ambice provozovat tyto činnosti (např. TNT Post UK Limited) tvrdí, že stále čekají na dosažení kritického množství zásilek, které by jim umožnilo spustit plnohodnotnou alternativní poštovní síť.

Vzhledem k rozdílnému postupu liberalizace poštovního trhu Spojeného království se konkurence, a tedy celý trh, rozvíjí na základě jiných principů, samozřejmě se stejným cílem - tedy dosáhnout efektivně fungujícího sektoru poštovních služeb plně respektujícího potřeby uživatelů. [18]

2.7.3 Estonsko, Nizozemí

V Nizozemí a Estonsku byly cesty k plnému otevření poštovních trhů poněkud komplikované. V Estonsku byl poštovní trh liberalizován do doby účinnosti tamějšího zákona (2006), poté byl znovu nastaven limit 50 g pro vyhrazené oblasti určitého druhu zásilek, který trval 3 roky (do 1. 4. 2009), následně byl poštovní trh znovu plně otevřen konkurenci. Vzhledem k přísnému licenčnímu režimu a dalším bariérám byl omezen rozvoj konkurence v oblasti univerzální služby. Nejvíce se konkurence rozvinula v oblasti direkt mailu. V Estonsku byl zřízen kompenzační fond, do kterého přispívají všichni držitelé licence. V Nizozemí byla liberalizace poštovního trhu odložena hned několikrát (1. 4. 2007, 1. 1. 2008, 1. 7. 2008) jako důvody byly uvedeny nejistoty ohledně rovných podmínek pro provozovatele poštovních služeb v Nizozemí, Německu a ve Spojeném království, a pracovní podmínky pro doručovatele v Nizozemí (např. kritikou odborů prošly praktiky alternativních poštovních operátorů, kdy

docházelo k najímání studentů, maminek na mateřské dovolené či důchodců na distribuci listovních zásilek za odměnu, která odpovídala počtu roznesených zásilek, bez nutnosti placení sociálního a zdravotního pojištění za tyto zaměstnance). V Nizozemí došlo ke zrušení klasických poštovních poboček a jejich nahrazení poštovními prodejními místy. V Estonsku i Nizozemí došlo ke zvýšení cen listovních zásilek. [17]

2.7.4 Německo

V Německu byl rozvoj konkurence omezen díky tamějšímu zákonu stanovujícímu minimální mzdu pro doručovatele v oblasti poštovních služeb. Tím se např. eliminoval nástup především TNT Post, která zaměstnávala doručovatele na částečné úvazky bez nutnosti placení zdravotního a sociálního pojištění. Ke konci roku 2011 měl být dokončen projekt uzavření všech poboček vlastněných Deutsche Post. Pobočky měly být provozovány v rámci partnerských smluv. [17]

3. Analýza poštovního trhu v ČR

Na poštovní trh v ČR lze z hlediska základních segmentů služeb nahlížet jako na balíkový a listovní (také poukázky, resp. platební služby). Vzhledem k tomu, že balíkový trh je již plně liberalizován, níže uvedená analýza je zaměřena zejména na oblast listovního trhu, které se připravovaná liberalizace týká, tj. na listovní zásilky do 50 g. V tomto segmentu nyní operuje pouze Česká pošta, s.p. Pro splnění cílů diplomové práce jsou do analýzy zahrnuty i firmy, které se v brzké budoucnosti na liberalizovaném trhu mohou ocitnout v pozici konkurence. Je uvažováno o České distribuční a.s., Mediaservisu, s.r.o. a TNT Post ČR, s.r.o., resp. I.D.Marketing ČR s.r.o.

Nejdříve je však třeba popsat základní rozdíly mezi současným neliberalizovaným trhem a situací po liberalizaci, která nastane v lednu roku 2013.

a) Poštovní trh ČR před liberalizací

Poskytování univerzální poštovní služby, resp. základní služby je zajišťováno prostřednictvím předem určeného veřejného poskytovatele (NPO). V ČR je veřejný poskytovatel poštovních služeb pouze jeden (zastává tedy monopolní postavení) – Česká pošta, s.p. Na dosud neliberalizovaném trhu jsou náklady základní služby financovány z monopolu.

b) Poštovní trh ČR po liberalizaci

Počátkem roku 2013 monopol na listovní zásilky do 50 g skončí a poštovní trh bude zcela otevřen konkurenci. Poskytovatel základních služeb (předpokládá se, že jím i nadále bude Česká pošta, s.p.), respektive stát bude muset hledat jiné řešení financování těchto služeb.

3.1 Postavení NPO

V České republice v současné době zastává úlohu národního poštovního operátora pouze jeden podnik, kterým je Česká pošta, s.p. (dále jen ČP). Tento subjekt je největším zaměstnavatelem v ČR, zaměstnává 33 834²³ zaměstnanců a vlastní nejrozsáhlejší síť s 3 385 pobočkami.

ČP je podnikatelským subjektem v souladu se zákonem č. 77/1997 Sb. o státním podniku ve znění jeho pozdějších úprav. ČP je právnickou osobou provozující podnikatelskou činnost s majetkem státu vlastním jménem a na vlastní zodpovědnost. Zakladatelem podniku je stát. ČP byla založena 1. 1. 1993 a funkci zakladatele vykonávalo Ministerstvo hospodářství ČR v souladu se zákonem o státním podniku. V současné době funkci zakladatele ČP vykonává Ministerstvo vnitra ČR, věcná regulace základních služeb a cenová regulace zásilek jsou v kompetenci Českého telekomunikačního úřadu a cenová regulace vybraných domácích zásilek podléhá Ministerstvu financí ČR. [22]

3.1.1 Orgány a poslání podniku

Statutárním orgánem podniku je generální ředitel. Řídí činnost podniku a jedná jeho jménem. Rozhoduje o všech záležitostech ČP, pokud nejsou zákonem vyhrazeny do působnosti zakladatele²⁴. Kontrolním orgánem podniku je dozorčí rada, která dohlíží na činnost generálního ředitele a kontroluje plnění podnikatelských záměrů ČP. Dozorčí rada má celkem 12 členů, z nichž 8 je jmenováno zakladatelem a 4 jsou voleni zaměstnanci podniku v souladu se zákonem o státním podniku, v platném znění.

Posláním ČP je být důvěryhodným poskytovatelem kvalitních služeb v oblasti zprostředkování informací, plateb a zboží tradičními i elektronickými formami. Podnik

²³ Stav k prosinci 2011

²⁴ podle § 12 zákona č. 77/1997 Sb., o státním podniku a zakládací listiny ČP

vykonává funkci veřejného poštovního operátora, tzn. poskytuje základní poštovní služby v souladu se zákonem č. 29/2000 Sb., o poštovních službách (dále jen poštovní zákon) v platném znění. ČP je držitelem poštovní licence podle §19 tohoto zákona (viz kapitola 2.5.2). [22]

3.2 Portfolio služeb

Hlavním předmětem činnosti ČP je provozování vnitrostátních a zahraničních poštovních služeb. Rozsáhlé portfolio služeb, které svým zákazníkům nabízí zejména prostřednictvím rozsáhlé sítě poboček, lze rozdělit do dvou základních oblastí:

- a) **Poštovní služby**, resp. provozní činnost je tvořena klasickými vnitrostátními i mezinárodními poštovními službami (listovní služby, balíkové služby, poštovní poukázky). Jde zejména o základní poštovní služby, které tvoří více jak polovinu z celkových výnosů ČP. Kompenzací za poskytování těchto základních poštovních služeb je tzv. výhrada²⁵ (monopol na zásilky do 50 g, resp. do max. ceny 18 Kč). V roce 2013, kdy dojde k úplné liberalizaci poštovních služeb, budou i služby v doposud vyhrazené oblasti poskytovány v plně konkurenčním prostředí.
- b) **Nepoštovní služby**, resp. obstaravatelská činnost představuje zejména obstaravatelskou činnost pro alianční partnery, provozování Komunikační infrastruktury, činnost pro stát, prodej zboží, provoz datových schránek, výrobní činnosti Postservisu²⁶ apod.

²⁵ Do vyhrazené oblasti spadá z hlediska produktů ČP pouze část vnitrostátních listovních zásilek – Obyčejná psaní a Doporučená zásilka (jen zásilky do 50 g, resp. do max. ceny 18 Kč). Vyhrazená oblast je podmnožinou základních poštovních služeb.

²⁶ Postservis – organizační jednotka ČP, která zabezpečuje poskytování tiskových a kompletovacích služeb.

3.3 Poštovní služby - vnitrostátní

3.3.1 Listovní zásilky

Na trhu listovních zásilek má ČP díky výhradě monopolní postavení. V posledních letech je zaznamenáván výrazně klesající trend zejména z důvodu substituce, tzn. přechod na elektronickou komunikaci a racionalizace zásilek, tedy slučování zásilek pro jednoho adresáta.

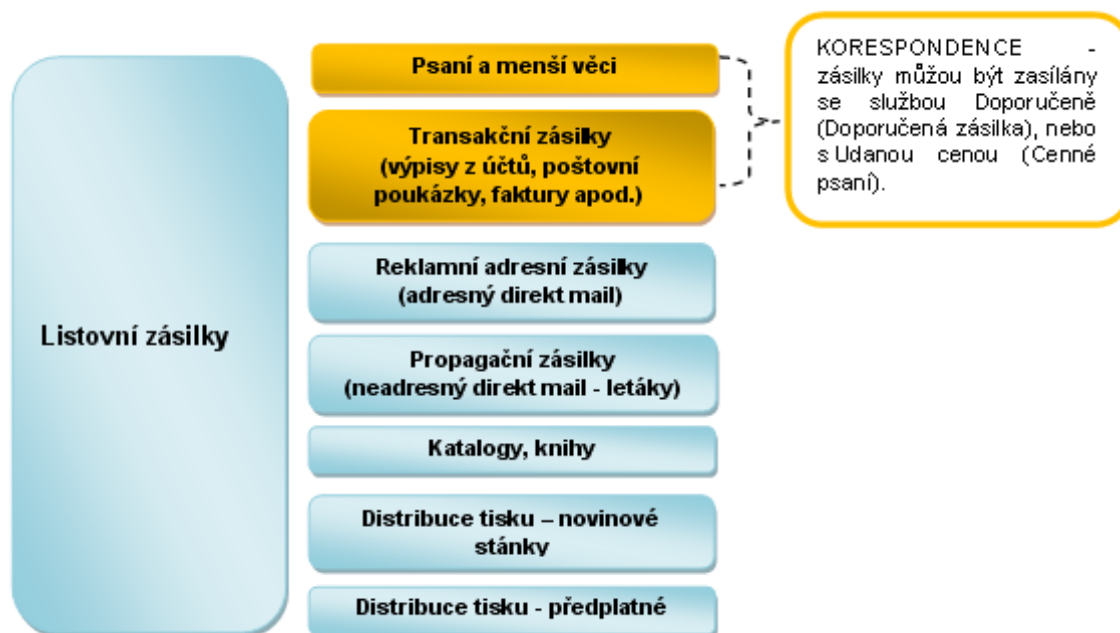
Do této kategorie spadají klasické listovní zásilky, tj. pohlednice, faktury, ale také soudní obsílky, které jsou vzhledem k potřebám veřejnosti pod ochranou státu. Jedná se o adresné zásilky, tzn. mají vždy přesně určeného adresáta. Schéma 1 a Schéma 2 ukazují rozdělení listovních zásilek do jednotlivých kategorií.

Schéma 1: Listovní zásilky – popis služby

Služba	Obsah	Doba dopravy	Max. hmotnost	Základní služba
Obyčejné psaní	kořespondeční listky, pohlednice, dopisy, faktury, výpisy z účtu, pořvánky atd.	D + 1	1 kg	ANO
Doporučené psaní	dopisy důležitějšího charakteru - obsílky (obálky s modrým, zeleným nebo modrým pruhem), smlouvy, stížnosti, žádosti, výpovědi, menší balíčky atd.	D + n (obvykle D + 1/D+ 2)	2 kg	ANO
Cenné psaní	šperky, peníze, stravenky, drahé kovy, drahé kameny, cenné papíry, platební karty, poukázky atd.	D + n (obvykle D + 1/D+ 2)	2 kg	ANO

Zdroj dat: Interní materiály ČP

Schéma 2: Listovní zásilky - vnitrostátní



Oranžovou barvou jsou vyznačené tzv. Základní služby, které musí ČP poskytovat na celém území a pro všechny občany ze zákona.

Zdroj: Interní materiály ČP

Klesající trend je zaznamenávána i v ostatních členských státech EU, z čehož lze usuzovat, že je dán přirozeným vývojem trhu, nikoliv tím, že by ČP ztrácel podíl na trhu listovních zásilek, nebo že by konkurence tento trh přebírala.

3.3.2 Reklamní DM zásilky

Trh reklamních zásilek je užíván pod názvem Direkt mail (dále jen DM). Tento plně konkurenční trh dělíme na adresný a neadresný, tj. zásilky určené přímo adresátům a zásilky bez adresáta (např. letáky či propagační materiály). Zároveň sem patří i trh předplatného. I přesto, že adresný i neadresný trh již několikátým rokem klesá, udržuje si na něm ČP stabilní pozici.

3.3.3 Distribuce předplatného tisku

Trh předplatného lze rozdělit na dvě části. První je distribuce předplatného novin, kde v současné době operuje 6 vydavatelů. Společnost Mediaservis, s.r.o. byla dlouhou dobu v této činnosti monopolní, od druhé poloviny roku 2011 v této oblasti působí i ČP. Druhou částí je distribuce předplatného časopisů, kde na poloviční velikosti trhu oproti distribuci předplatného novin operuje cca 300 vydavatelů. Doručování v této oblasti je rozděleno mezi ČP, která doručuje cca 75 % všech časopisů, a společnost Mediaservis s.r.o.

3.3.4 Poštovní poukázky

ČP má v oblasti poštovních poukázek monopol. Trh má klesající tendenci, a to zejména z důvodu stále sílící konkurence v oblasti elektronických převodů peněz, využívání platebních karet a dalších moderních elektronických nástrojů. Klesající trend je očekáván i v roce 2012. Poštovní poukázky umožňují přenos hotovosti v kombinacích režimů hotovost-adresa-účet v rámci tuzemského i zahraničního platebního styku. Doba převodu u tuzemských poštovních poukázek nesmí překročit 3 pracovní dny (s výjimkou poukázky typu D viz Schéma 3). Relativně dlouhá doba převodu je u všech typů poukázek způsobena nutností částečného nebo úplného fyzického přenosu samotných poukázek v tiskovinových pytlích na cílovou adresu.

Schéma 3: Poštovní poukázky – popis služby

Služba	Obsah	Lhůta výplaty	Úhrada	Výplata	Základní služba
Poštovní poukázka A	klasické platby za telefon, dobírkové platby, splátky atd.	D + n (max. D+3)	Hotovost	Účet	ANO
Poštovní poukázka B	výplaty sociálních dávek, spořitelén, mzdy, důchody, atd.	D + n (max. D+3)	Účet	Hotovost	ANO
Poštovní poukázka C	jakékoliv platby, kdy ani jedna strana nechce použít bankovní účet	D + n (max. D+3)	Hotovost	Hotovost	ANO
Poštovní poukázka D	jakékoliv platby kdy ani jedna strana nechce použít bankovní účet s dobou výpaty druhý den po podání	D + 1	Hotovost	Hotovost	ANO

Poštovní poukázky patří do tzv. Základní služby, které musí ČP poskytovat na celém území a pro všechny občany ze zákona.

Zdroj dat: Interní materiály ČP

3.4 Poštovní služby - mezinárodní

Tento trh se dělí na listovní a balíkový a každý z nich poté ještě na odchozí (z ČR do zahraničí) a příchozí (ze zahraničí do ČR). Z finančního pohledu jsou významné zejména zásilky na odchodu. Oba trhy v posledních letech stagnují, výjimku tvoří pouze segment consignmentových balíkových zásilek²⁷.

3.4.1 Listovní trh (odchozí zásilky)

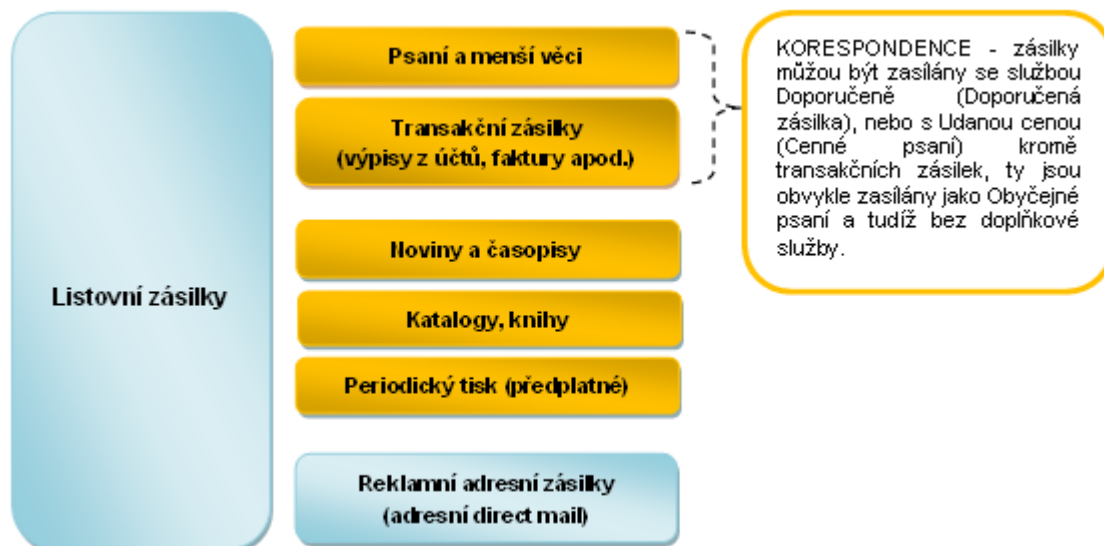
V mezinárodních listovních odchozích zásilkách jsou rozlišovány 3 kategorie:

- Korespondence a Distribuce – klasické listovní zásilky (od pohledů přes faktury po časopisy), které jsou adresné. Ceny za služby jsou schvalovány ČTÚ.

²⁷ Hromadné podání mezinárodních zásilek, které mají vzhled vnitrostátních zásilek krajiny doručení, na základě individuálních dohod mezi operátory. Může být i neadresná distribuce zásilek.

- Kategorie Reklamní zásilky se sestávají pouze z reklamního, marketingového či publikačního materiálu. Tyto zásilky mají identický obsah zprávy a jsou zasílány

Schéma 4: Listovní zásilky - mezinárodní



Oranžovou barvou jsou vyznačené tzv. Základní služby, které musí ČP poskytovat na celém území a pro všechny občany ze zákona.

Zdroj: Interní materiály ČP

3.5 Nepoštovní služby – aditivní služby

Vzhledem ke stavu listovního trhu, který se během posledních let vyvíjí sestupným tempem, musí ČP hledat jiné aditivní trhy a služby, které zmiňovaný pokles vynahradí. Tradiční poštovní služby jsou tak dnes v rostoucí míře doplňovány např. službami v oblasti informačních technologií, elektronických služeb, logistiky atp. Zvlášť samostatnou velkou kapitolou, která by případně mohla být tématem jiné samostatné práce, jsou tzv. Činnosti pro stát. Tato kapitola je v diplomové práci také zahrnuta (z hlediska komplexnosti nabízených služeb ČP a také její důležitosti), ale pouze ve stručném shrnutí.

1. Tiskové a kompletovací služby

Do těchto služeb je zahrnována tzv. hybridní pošta, která umožňuje zákazníkům podávat zásilky v elektronické podobě. Zásilky jsou poté převedeny do fyzické podoby zejména formou tisku a obálování nebo foliování s možností tisku adresy inkoustovou technologií. Hybridní pošta umožňuje i opačný proces, kdy jsou z fyzických zásilek vytvářeny datové soubory. Příkladem je vyhodnocení vrácených dotazníků a tvorba výstupu v elektronické podobě.

2. Činnosti pro stát

ČP je významným partnerem státu v oblasti komunikací a ICT služeb. Strategickou výhodou ČP je dostupnost a existence vlastní infrastruktury. K důležitým činnostem pro stát se řadí zejména Czech POINT a ISDS. Podle zvláštních právních předpisů musí ČP jako držitel poštovní licence zajišťovat kromě základních služeb i tyto služby:

- Vybírání rozhlasových a televizních poplatků a vedení s tím spojené evidence poplatníků²⁸
- Zprostředkování výplaty dávek důchodového pojištění v hotovosti²⁹
- Vykonávání činnosti kontaktního místa veřejné správy³⁰
- Zajišťování provozování Informačního systému datových schránek³¹

²⁸ Podle zákona č. 348/2005 Sb., o rozhlasových a televizních poplatcích a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů

²⁹ Podle zákona č. 582/1991 Sb., o organizaci a provádění sociálního zabezpečení, ve znění pozdějších předpisů

³⁰ Podle zákona č. 365/2000 Sb., o informačních systémech veřejné správy a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů

³¹ Podle zákona č. 300/2008 Sb., o elektronických úkonech a autorizované konverzi dokumentu

a) Czech POINT

Kontaktní místa³² veřejné správy jsou veřejnosti známa pod pojmem Czech POINT. Na těchto místech je možné získat data z centrálních veřejných i neveřejných registrů spravovaných státem (např. výpisy z obchodního rejstříku, katastru nemovitostí, rejstříku trestů atd.). V současné době ČP provozuje tuto službu na 976 pobočkách³³, podíl na celkovém počtu kontaktních míst veřejné správy činí cca 15 %.

b) ISDS

Informační systém datových schránek (dále jen ISDS) je zákonem definovaný systém elektronického registrovaného doručování informací mezi orgány veřejné moci navzájem a mezi orgány veřejné moci a ostatními subjekty. Tento systém byl dle zákona spuštěn k 1. 7. 2009. Zasílání informací prostřednictvím ISDS plně nahrazuje právní účinky doručení doporučenou zásilkou, a to i do vlastních rukou.

Kromě těchto služeb poskytovaných ze zákona ČP provozuje dále například:

- DONEZ (docházka nezaměstnaných) – kontrolní mechanismus vůči uchazečům o zaměstnání, u kterých je předpoklad nelegální práce
- Provoz ICT sítě Ministerstva vnitra ČR
- Provoz komunikační infrastruktury veřejné správy (KIVS)

3. Ostatní obstaravatelské činnosti

Do této kategorie jsou zařazeny obchodní činnosti ČP pro alianční partnery (dále jen AP), patří sem např.:

- Bankovní produkty – AP Poštovní spořitelna

³² Dle § 8 zákona č. 365/2000 Sb., o informačních systémech veřejné správy a o změně některých dalších zákonů, ve znění pozdějších předpisů jsou subjekty definované jako kontaktní místa: notáři, krajské úřady, matriční úřady, obecní úřady, resp. úřady městských částí nebo městských obvodů, zastupitelské úřady, držitel poštovní licence a Hospodářská komora ČR.

³³ Stav k 1. 7. 2011

- Pojistné produkty – AP Česká pojišťovna
- Stavební spoření – AP Raiffeisen stavební spořitelna a Českomoravská stavební spořitelna
- Zdravotní pojištění cizinců – AP Pojišťovna VZP
- Loterijní činnost – AP Sazka, a.s.

4. Prodej zboží a cenin

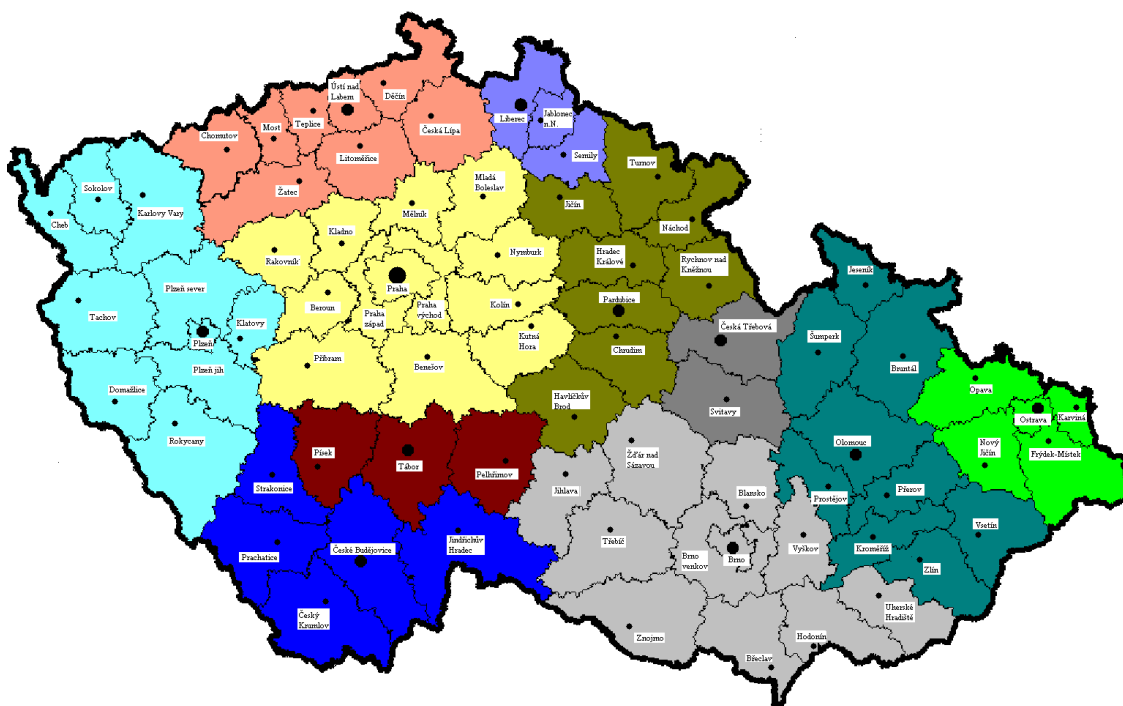
- Prodej zboží - jedná se o doplňkový prodej zboží, např. prodej obálek, kartónových obalů, pohlednic atd. V menších obcích je pošta jediným obchodním místem, kde je možno zakoupit i jiný sortiment zboží, který přímo nesouvisí s poštovní službou (produkty mobilních operátorů, knihy, společenské hry, atd.)
- Prodej cenin: v této oblasti má ČP na primárním trhu pro výplatní i filatelistické účely majoritní postavení, dané pověřením zajišťovat činnosti spojené s exkluzivní rolí vydavatele známek pro Ministerstvo průmyslu a obchodu.

5. Elektronické služby

Pro komfortní elektronickou komunikaci ČP nabízí službu Certifikační autorita PostSignum. Ta nabízí kompletní portfolio služeb a produktů pro bezpečnou a spolehlivou elektronickou komunikaci. Základem nabídky jsou digitální certifikáty a časová razítka. Tyto služby jsou nedílnou součástí ISDS. V dnešní době prudkého rozvoje ICT služeb a přechodu na elektronickou komunikaci nachází tato služba široké uplatnění.

3.6 Poštovní síť a SPU

Základní kostru logistické sítě ČP tvoří rozsáhlá síť³⁴ a s ní související tzv. Sběrné přepravní uzly (dále jen SPU). ČP v současné době provozuje 11 SPU, které se od sebe liší velikostí atrakčního obvodu, tj. ohraničené území, na kterém se provádí svoz a rozvoz zásilek (viz Obrázek 2), objemy zpracovávaných zásilek či používanou technikou sběru. Největším sběrným uzlem je SPU Praha 022, který také zastává funkci meziregionálního překládkového bodu. Do budoucna ČP počítá s optimalizací těchto uzlů, tj. se snížením počtu třídících uzlů a jejich vybavením moderní třídící technologií jak pro listovní, tak pro balíkové zásilky.



Obrázek 2: Umístění SPU ČP včetně atrakčních obvodů – stav roku 2011

Zdroj: Interní materiály ČP

³⁴ Při modelování logistické sítě byly brány v úvahu také zásadní očekávatelné vlivy např. liberalizace poštovního trhu, a s tím související nový poštovní zákon (nastavení rozsahu univerzální služby, nastavení spravedlivých podmínek pro poskytování služeb alternativními poštovními operátory – zamezení vyzobávání rozinek atp.)

ČP disponuje největší sítí v ČR, do které spadá 3385 poboček. Vzhledem k již zmiňovanému klesajícímu trendu listovních zásilek podnik v roce 2010 zahájil proces změny pobočkové sítě – projekt Pošta Partner. Je to systém franchisingu provozovaný ve spolupráci se soukromými firmami i s místními samosprávami, a který je v jiných zemích poměrně často používán. Provozovny poštovních služeb se rozdělují na:

- Výdejní místo I. – výdej uložených listovních a balíkových zásilek, příjem reklamace
- Výdejní místo II. – výdej uložených listovních a balíkových zásilek, příjem reklamací + podání listovních a balíkových zásilek, poštovních poukázek a příjem plateb SIPO
- Partner I. – výdej uložených zásilek, reklamace, podání listovních a balíkových zásilek, peněžní služby, výplata důchodů, vybrané služby pro alianční partnery
- Partner II. – rozsahem služeb je totožná s klasickou provozovnou ČP, nabízí plný sortiment služeb³⁵
- Pošta – plná nabídka poštovních služeb

Cílem projektu není snižování počtu pošt, ale vyhovět požadavkům zákazníků a zároveň eliminovat riziko ztrátových poboček. V zahraničí tento systém zajišťování poštovních služeb navíc přináší vyšší kvalitu pro konečné zákazníky, např. díky příznivější otevírací době. Tabulka 5 znázorňuje počet pošt a počet partnerů ve vybraných členských státech EU.

³⁵ V současné době existuje pouze jedna provozovna tohoto typu, a to Partner Boží Dar. Provozovna byla zřízena již v roce 2009 v rámci pilotního projektu.

Tabulka 5: Počet pošt ve vybraných členských zemích EU

Členský stát EU	Počet pošt v r. 2007		Počet pošt v r. 2010		Rozdíl	
	vlastní	partner	vlastní	partner	vlastní	partner
Belgie	796	558	690	704	-106	146
Česká republika	3 387	0	3 384	1	-3	1
Estonsko	490	5	389	21	-101	16
Finsko	200	1 000	150	900	-50	-100
Francie	12 033	5 049	10 213	6 866	-1 820	1 817
Irsko	1 286	172	1 164	185	-122	13
Itálie	13 944	0	14 005	0	61	0
Portugalsko	924	1 929	908	1 965	-16	36
Rakousko	1 313	611	733	1 117	-580	506
Slovensko	1 565	24	1 548	47	-17	23
Španělsko	1 027	6 813	2 349	7 479	1 322	666
Švédsko	380	1 600	820	1 600	440	0
Velká Británie	393	13 459	373	11 447	-20	-2 012

Zdroj dat: Interní materiály ČP

3.7 Alternativní poštovní operátoři na trhu LZ

Počátkem ledna 2013 se otevře poslední část listovního trhu, na které měla ČP monopol, a poštovní trh tak bude zcela liberalizován, tedy zpřístupněn konkurenci. Některé firmy již nyní deklarují, že jsou alternativními poštovními operátory a jsou připravené se na otevřeném trhu uplatnit. Tabulka 6 znázorňuje přehled služeb nabízených národním poštovním operátorem, tedy ČP, a ostatními alternativními operátory, Tabulka 7 porovnává obraty a zisky u těchto operátorů za roky 2008 – 2010 a Tabulka 8 porovnává počty zaměstnanců, pravidelnost distribuce a pokrytí sítě v ČR.

3.7.1 Mediaservis s. r. o.

Společnost Mediaservis s.r.o., která působí na českém poštovním trhu již od roku 1999 a od roku 2003 disponuje celoplošným pokrytím území ČR, deklaruje, že je jedním z alternativních poštovních operátorů, který poskytuje služby prostřednictvím vlastních zaměstnanců na celém území ČR. Mediaservis s.r.o. má vlastní distribuční síť, kterou

zajišťuje doručování předplatného tiskovin a také adresné i neadresné DM zásilky. Podstatnou část byznysu společnosti tvoří právě adresné doručování. Předností společnosti je „kompaktní logistická síť s každodenním důrazem na řízení a rozvoj kvality doručování s cílem zajistit řádné a včasné doručení zásilek“³⁶. [9]

Společnost Mediaservis s.r.o. se na liberalizaci poštovního trhu připravuje více než 4 roky. Dle porovnání účetní závěrky z roku 2009 a 2010 byl zisk o 14 miliónů nižší právě v důsledku příprav na úplnou liberalizaci. Investice do systému a zvýšené náklady do logistiky byly součástí poslední fáze příprav, které byly započaty v roce 2011. Společnost má v plánu zřídit mmj. i vlastní poštovní schránky na frekventovaných místech, čímž si od roku 2013 chce zajistit fungující celoplošný poštovní systém. [15]

3.7.1.1 Organizační struktura a vize společnosti

Společnost má celkem 7 doručovacích divizí, distribuční a zákaznické centrum. Vedení společnosti se skládá z jednatele společnosti, ekonomického ředitele, obchodního ředitele a ředitele Zákaznického Centra. Společnost má cca 9 200 zaměstnanců, z nichž je 8 000 doručovatelů. Majoritním vlastníkem společnosti Mediaservis s.r.o. je společnost F-LOG AG, která patří do skupiny Fiege se sídlem v německém Grevenu. [9]

Vizí společnosti je nabízet svým zákazníkům za odpovídajících podmínek komplexní služby v oblastech mediální logistiky, poštovních služeb a telemarketingu. Dále pak poskytovat tyto služby v souladu s potřebami zákazníků a vystupovat vůči nim na principu neutrality. [9]

3.7.1.2 Portfolio služeb

a) Poštovní služby

Mediapost – služba určená pro podání většího množství adresných poštovních zásilek, včetně atypických tvarů a rozměrů, která je soustředěna na segmenty B2C a B2B.

³⁶ Mediaservis [online]. 2012 [cit. 2012-04-24]. Dostupný z WWW: <http://www.mediaservis.cz/profil-firmy.php?s=2>

Nedílnou součástí Mediapostu je i analýza nedoručitelných adres včetně uvedení důvodu nedoručení. Služba Mediapost byla zahájena v prosinci roku 2011 v Praze a v Brně, v dnešní době je provozována v městech od 3 000 obyvatel. [9], [15]

Mediapress - doručování předplatného novin a časopisů v ranních hodinách formou pravidelné roznášky 6 dní v týdnu. Je zde aplikován sofistikovaný systém reklamačního managementu, kam patří bezplatné telefonní linky pro předplatitele a systém vyřizování doposílek.

Mediageo – efektivní plánování distribučních oblastí díky nástrojům geomarketingu³⁷ jako jsou např. zpracování marketingových dat na mapách ČR jak v elektronické tak v tištěné podobě, zákaznické (segmentace a lokalizace zákazníků) a tržní (konkurence) analýzy, územní logistika, dojezdové vzdálenosti atp. Zpětnou vazbou na přání zákazníka je zpracování studie o účinnosti a odezvě distribuce, jež byla realizována.

Mediamail - služba pro komunikaci firmy směrem k zákazníkovi prostřednictvím neadresného doručování reklamních a informačních tiskovin. Doručování je prováděno 7 dní v týdnu prostřednictvím vlastní celoplošné doručovací sítě. Ta firmě umožňuje aplikovat jednotné postupy při distribuci a řídit kvalitu.

Medialog - služba pro hromadné podavatele adresných a neadresných DM zásilek a vydavatele periodického tisku, která zahrnuje i skladování ve vlastním distribučním centru a dopravu zásilek v tuzemsku i zahraničí.

Mediakurýr – doručování a vyzvedávání právně závazných dokumentů, smluv či produktů, díky kterému si firmy mohou zkrátit čas od prvního kontaktu se zákazníkem až po uzavření smlouvy. Kurýrní služby zahrnují také poradenství při vyplňování smluv, identifikaci zákazníka dle požadovaných dokladů či online přístup ke sledování zásilek. Síť obchodních kurýrů společnost doporučuje využít zejména v segmentu pojišťovnictví, financí, telekomunikací, utility a dalších.

³⁷ Silný marketingový nástroj, umožňující vizualizaci a analýzu firemních informací na mapovém podkladu. Pomáhá přehlednit a usnadnit orientaci ve velkém množství dat.

b) Telemarketing

Mediacall – služby pasivního i aktivního telemarketingu jsou zaměřeny především na získávání nových zákazníků či pečování stávajících zákazníků, včetně propracování telemarketingových kampaní. [9]

3.7.2 Česká distribuční a.s.

Tato obchodně-distribuční společnost je dalším z alternativních poštovních operátorů na českém trhu. Akciová společnost Česká distribuční, která se transformovala z původní společnosti RIOX, je na trhu již od roku 1991. Specializuje se na adresnou a neadresnou distribuci reklamních tiskovin různých formátů (noviny, časopisy, letáky atp.). V dnešní době se řadí mezi největší společnosti, které poskytují adresnou a neadresnou distribuci. Hlavním smyslem pro podnikání pro distribuční společnost je poskytovat špičkový a spolehlivý servis zejména pro zadavatele velkých letákových akcí a dále pak zajišťovat co nejvyšší kvalitu doručování letáků a tiskovin do poštovních schránek po celé ČR. [3]

Česká distribuční a.s. taktéž deklaruje konkurenceschopnost vůči monopolu ČP. Na liberalizovaném poštovním trhu budou moci zákazníci České distribuční a.s. ušetřit při rozesílání např. bankovních výpisů či faktur s tím, že jim budou zajištěny lepší doplňkové služby a servis (zajištění tisku, kompletace zásilek, jejich doručení a následný reporting – doručitelnost, čištění atp.). Na liberalizaci poštovního trhu se jako alternativní poštovní operátor společnost Česká distribuční připravuje delší dobu s tím, že atraktivitou pro klienty bude spojení schopnosti kvalitního doručení adresných zásilek s poskytnutím přidané hodnoty v servisu a komplexnosti za efektivní cenu³⁸. [3]

³⁸ Česká distribuční a.s. [online]. 2012 [cit. 2012-04-24]. Dostupný z WWW: <http://www.distribucni.cz/novinky/otevreni-postovniho-trhu-je-vyzva-na-ktou-je-pripraveni.html>

3.7.2.1 Organizační struktura a vize společnosti

Centrála společnosti sídlí v Ostravě, obchodní zastoupení má v Praze. Statutárním orgánem je představenstvo, vedení společnosti se skládá z ředitele společnosti, obchodního, provozního, finančního ředitele a ředitele kvality. Vlastnictví společnosti je rozděleno mezi dva vlastníky – RIOX (90 %) a Cromwell a.s. (10 %). Společnost má 12 skladů a zaměstnává přes 6 500 zaměstnanců (z nichž 6 350 jsou distributoři). Základní tezí Kodexu společnosti je „Cílem a smyslem práce je spokojenost klienta“. [3]

Základním strategickým cílem společnosti je udržení a posílení tržního postavení, rozšíření podnikatelských záměrů o nové činnosti v distribuční oblasti (např. v oblasti adresné distribuce), dále profesionalizace personálních kapacit, udržení úrovně mezd a vytvoření prostoru pro benefity zaměstnancům. [3]

3.7.2.2 Portfolio služeb

Hlavním předmětem činnosti společnosti je distribuce letáků, tj. reklamních a informačních materiálů do domovních a firemních schránek bez selekce a výběru konkrétních adresátů celoplošně. V roce 2009 tato činnost zajistila 96,2 % celkového obrátu společnosti. Pro zajímavost společnost uvádí příklad, kdy při celorepublikové akci je 4 mil. ks letáků rozvezeno k cca 4 000 doručovatelům v průměru za 32 hodin. [3] Dalšími aktivitami, které souvisí s distribucí, jsou:

Distribuce DM zásilek – distribuce hromadných reklamních sdělení, na výběrové adresy z databáze zákazníků. Specifickou oblastí adresné distribuce je doručení reklamních materiálů na prodejny zákazníků letákové distribuce.

Distribuce katalogů – specifická služba vzhledem k rozměrům, resp. hmotnosti katalogů doručovaných většinou na základě jmenných seznamů.

Distribuce vzorku zboží – jeden z marketingových nástrojů reklamních agentur, specifikum této služby souvisí s průběžným zasíláním na adresu zákazníka v rámci různých medializovaných soutěží.

Komerční sběr dat – představuje např. zpracování dotazníků, které monitorují nákupní zvyklosti zákazníků obchodních řetězců.

Geomarketingové analýzy – moderní služba zajišťovaná např. formou zpracování optimalizovaných distribučních plánů s využitím statistických dat (dojezdová vzdálenost na prodejnu, kupní síla obyvatel či rozmístění konkurenčních provozoven).

Validace adres – proces, pomocí kterého se geokodují³⁹ adresy a následně jsou adresy porovnávány s databází Českého statistického úřadu. Tím se prověřuje jejich správnost, případně se opraví překlepy a chyby.

Sledování pohybu zásilek – od zpracování až po vhození do poštovní schránky adresáta jsou zásilky monitorovány pomocí čárového kódu. Část zásilek je sledována pomocí speciálního softwaru v mobilním telefonu, který data o průběhu distribuce přenáší on-line do speciálního programu. [3]

Mezi konkurenční výhody společnost řadí vlastní distribuční síť, kterou pokrývá 100 % poštovních schránek na celém území ČR bez dalších subdodavatelů přípravných nebo distribučních služeb. Další výhodou jsou kontrolní mechanismy (kamery ve skladech, pravidelné kontroly), distribuce 7 dní v týdnu a geomarketing. [3]

3.7.3 TNT Post ČR s.r.o. → I.D. Marketing ČR s.r.o.

TNT Post ČR s.r.o., člen koncernu TNT, působí na českém trhu od roku 1998. Je poskytovatelem poštovních služeb, především neadresné distribuce, ale také adresného doručování do schránek domácností po celé ČR. Předmětem podnikání je zasílatelství, reklamní činnost a marketing. V roce 2009 společnost zaznamenala významný nárůst zásilek (desítky procent), čímž si upevnila svoji pozici druhého alternativního poštovního operátora. Také byla jediným zástupcem ČR v prestižní mezinárodní organizaci ELMA⁴⁰. V roce 2010 společnost plánovala pokračovat ve zvyšování objemů doručovaných adresných zásilek. Od prosince 2011 došlo ke změně obchodního jména

³⁹ přiřazení GPS souřadnic adresy pro přesné zakreslení na mapě

⁴⁰ The European Letterbox Marketing Association

společnosti na I. D. Marketing ČR s.r.o., neboť TNT Post ČR s.r.o. společně s TNT Post Slovensko přešly do vlastnictví polské společnosti I.D. Marketing S. A. [8]

3.7.3.1 Organizační struktura a vize společnosti

Společnost je členěna na centrálu, která zahrnuje vedení společnosti a dále na 12 poboček ve všech krajských městech ČR. Zaměstnává přes 6 000 doručovatelů v síti ČR. Ambicí společnosti je stát se druhým poštovním operátorem v ČR. [8]

3.7.3.2 Portfolio služeb

Neadresná distribuce – díky zkušenostem v ČR i na Slovensku se společnost profiluje jako specialista na letákové akce. Do této služby se kromě neadresného doručování řadí door mailing, sampling, kamelotáž⁴¹ a on-line sledování zásilky.

Adresné doručování – tuto službu společnost poskytuje s garancí doručení do 4 dnů. Do adresného doručování je zařazeno v první řadě komerční psaní, které obsahuje zasílání veškerých tiskovin reklamního a informačního charakteru, zasílané jednorázově i pravidelně (brožury, prospekty, klientské a věrnostní časopisy, pozvánky atd.). Minimální objem podání je 2 000 ks zásilek shodného rozměru a obsahu s minimálním rozměrem 140 x 90 mm (tj. rozměr pohlednice). V rámci adresného doručování lze zasílat také ostatní listovní zásilky, např. hromadnou firemní poštu, pokud hmotnost jedné zásilky překračuje 50 g (viz poštovní výhrada – poznámka pod čarou č. 22). Zajímavostí u této služby je speciální systém tzv. IDM ZIP kód, který je jakousi paralelou ke klasickému PSČ. Výhodou tohoto systému je vlastní rozdělení ČR na menší územní jednotky, tzv. doručovací sektory (oproti plošnějšímu systému PSČ, který zahrnuje příliš mnoho domácností). [8]

⁴¹ Door mailing – distribuce formou zavěšení na kliku či dveřní rám; sampling – přímé oslovení recipienta na veřejném místě se vzorkem produktu; kamelotáž – rozdávání letáků na veřejném, frekventovaném místě

On-line sledování stavu zakázky – system IDM on-line umožňuje sledovat průběh a aktuální stav adresné i neadresné zakázky až do času její fakturace. Zákazníkovi jsou mmj. také poskytovány aktuální poznámky včetně důležitých upozornění.

Geomarketing – díky geomarketingovým nástrojům dochází k zefektivňování doručovacích procesů. K základním produktům patří optimalizace poštovních služeb geomarketingové analýzy, mozaika či mapové vrstvy. Nejčastěji využívanou službou je optimalizace neadresné distribuce letáků. [8]

Společnosti Česká distribuční a.s. a I. D. Marketing ČR s.r.o. jsou členy **Asociace alternativních poštovních operátorů** (dále jen AAPO), která byla založena v lednu 2009. Hlavním cílem tohoto občanského sdružení podnikatelů, právnických a fyzických osob je vytvořit podmínky pro rovnoprávné postavení poštovních operátorů při přípravě nové legislativy, která upravuje provozování poštovních služeb po úplné liberalizaci trhu poštovních služeb koncem roku 2012. Na trhu poštovních služeb nemá AAPO žádné finanční cíle. [1], [8]

Tabulka 6: Přehled nabízených služeb NPO a alternativních poštovních operátorů v ČR

typ služby	Česká pošta, s.p.	Mediaservis s.r.o.	Česká distribuční a.s.	I.D. Marketing ČR s.r.o.
Listovní zásilky do 50g	✓✓	-	-	-
Transakční zásilky*	✓✓	-	-	-
Adresný direkt mail	✓	✓	✓	✓
Noviny, časopisy	✓	✓✓	-	-
Katalogy, knihy	✓	✓	✓	✓
Letáky	✓	✓	✓✓	✓✓
Geomarketing	-	✓	✓	✓
Telemarketing	-	✓	-	-
Validace	-	-	✓	✗
Kurýr	-	✓	-	-

*výpisy z účtů, poštovní poukázky, faktury apod.

✓✓ hlavní předmět činnosti

✗používá vlastní systém čárových kódů

Zdroj dat: [20], [22], [23], [24], vlastní konstrukce

Tabulka 7: Přehled zisku a obratu za období 2008 – 2010 u NPO a alternativních poštovních operátorů v ČR (v mil. Kč)

	obrat 2008	zisk 2008	obrat 2009	zisk 2009	obrat 2010	zisk 2010
Česká pošta, s.p.	19 970	365	20 280	661	20 530	419
Mediaservis s.r.o.	1101	5,1	1 218	31	1 210	7,2
Česká distribuční a.s.	247	-4,2	324	13	*	*
TNT Post ČR s.r.o.**	528	-33 189	394	-72 164	*	*

* data za poslední dva roky nebyly údaje zveřejněny

** do roku 2011 společnost vystupuje pod obchodním jménem I. D. Marketing ČR s.r.o.

Zdroj dat: [20], [22], [23], [24], vlastní konstrukce

Tabulka 8: Srovnání NPO a alternativních poštovních operátorů z hlediska počtu zaměstnanců, pravidelnosti distribuce a pokrytí sítě v ČR

	počet zaměstnanců	pravidelnost distribuce	celorepublikové pokrytí
Česká pošta, s.p.	33 834	5 dní v týdnu	ano, vlastní sítě
Mediaservis s.r.o.	9 200	7 dní v týdnu	ano, vlastní sítě
Česká distribuční a.s.	6 500	3x týdně vč. víkendu	ano, vlastní sítě
I.D. Marketing ČR s.r.o.	6 000	garance doručení D + 4	ano

Zdroj dat: [20], [22], [23], [24], vlastní konstrukce

4. Předpokládané ekonomické dopady liberalizace poštovního trhu

4.1 Čisté náklady závazku UPS

Pro řešení případných sporů mezi poskytovatelem univerzální poštovní služby a ostatními poštovními operátory je zde klíčový pojem “čisté náklady závazku UPS” a určení jeho výše. Princip stanovení čistých nákladů je důležitý i pro národní regulační úřad, jenž má právo ověřit výši těchto nákladů, popř. výhod, které vyplývají z plnění závazku UPS. Čisté náklady jsou dle První poštovní směrnice definovány jako „*veškeré náklady, které se týkají praktického poskytování univerzální služby, a které jsou pro ni nezbytné*“⁴². Vypočítají se jako rozdíl hospodářského výsledku, kterého by dosáhl poštovní operátor, který nemá povinnost poskytovat univerzální službu veřejnosti, a tím, jakého hospodářského výsledku by dosáhl, pokud tuto povinnost má. Při výpočtu čistých nákladů se zohlední všechny další důležité skutečnosti, včetně jakýchkoli nehmotných a tržních výhod, které provozovatel poštovních služeb s povinností poskytovat univerzální služby získá, nároku na přiměřený zisk a pobídek k nákladové efektivnosti⁴³. [34]

Třetí poštovní směrnice pak stanoví: „*Pro jakýkoliv mechanismus financování by měly i nadále platit zásady transparentnosti, nediskriminace a přiměřenosti obsažené v současné době ve směrnici 97/67/ES a každé rozhodnutí v této oblasti by mělo být založeno na transparentních, objektivních a ověřitelných kritériích*“⁴⁴. Třetí poštovní

⁴² Příloha 1, část B, odstavec 2 Směrnice 97/67/ES Evropského parlamentu a Rady o společných pravidlech pro rozvoj vnitřního trhu poštovních služeb Společenství a zvyšování kvality služby

⁴³ Příloha 1, část B, odstavec 3 Směrnice 97/67/ES Evropského parlamentu a Rady o společných pravidlech pro rozvoj vnitřního trhu poštovních služeb Společenství a zvyšování kvality služby

⁴⁴ Odst. 29, preambule, Směrnice 2008/6/ES Evropského parlamentu a Rady, kterou se mění Směrnice 97/67/ES s ohledem na úplné dotvoření vnitřního trhu poštovních služeb Společenství

směrnice na rozdíl od První poštovní směrnice uvažuje o možnosti využití komerčních výhod, které poskytovateli UPS plynou z titulu plnění závazku UPS. Tyto benefity jsou blíže popsány v kapitole 4.2.

V novele českého poštovního zákona je k otázce čistých nákladů uvedeno: „*Účelně a efektivně vynaložené náklady pro poskytování a zajišťování základních služeb budou pokryty nákladově orientovanými cenami za tyto služby. Při krytí nákladů cenami je zapotřebí sledovat dodržování jednoho z principů univerzální služby, tj. udržení cenové dostupnosti jednotlivých základních služeb. Pouze v případě, že nákladově orientovaná cena je vyšší než cena odpovídající kritériu cenové dostupnosti, mohou vzniknout čisté náklady. Za podmínky, že tyto náklady představují nespravedlivou finanční zátěž, budou tyto čisté náklady hrazeny...*⁴⁵“. Novela v této problematice dále uvažuje o dvou variantách – uhrazení nákladů ze státního rozpočtu, anebo prostřednictvím zvláštního účtu, někdy nazývaného „kompenzační fond“ (viz kapitola 4.3.1). [35]

4.2 Nehmotné výhody poskytovatele UPS

Jak bylo popsáno v předchozí kapitole, při stanovení čistých nákladů je třeba zohlednit všechny důležité skutečnosti, ke kterým také patří nehmotné výhody poskytovatele základních služeb. Nehmotné výhody mohou být definovány jako pozitivní důsledky poskytování základních služeb pro jejich poskytovatele a zároveň neexistují přímo v účetní bilanci, tj. určení jejich peněžní hodnoty vyžaduje použití odhadu. Každá členská země EU může k výhodám přistoupit individuálně, tj. u jednotlivých NPO se můžou lišit. V ČR jsou nehmotné výhody poskytovatele UPS předmětem vyhlášky ČTÚ, jejich výčet nebyl doposud stanoven. Prozatím lze uvažovat o těchto:

- Výhoda poskytovatele UPS z titulu jeho povinnosti poskytovat UPS – tou může být např. udržování celonárodního pokrytí, díky kterému velcí podavatelé zásilek

⁴⁵ Důvodová zpráva vládního návrhu zákona, kterým se mění zákon č.29/2000 Sb., o poštovních službách a o změně některých zákonů (zákon o poštovních službách), ve znění pozdějších předpisů, a některé další zákony.

při realizaci celorepublikových kampaní budou volit právě poskytovatele UPS jako svého operátora.

- Výhoda spojená s DPH: osvobození základních služeb od DPH – na základě zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, který stanovuje, že UPS včetně jejich doplňkových služeb jsou osvobozeny od DPH bez nároku na odpočet daně, což má pozitivní důsledky pro příjemce služeb, kteří nejsou plátcí DPH, neb při prodeji, resp. koupi služeb osvobozených od DPH není daň připočtena k čisté ceně prodeje.
- Silnější vyjednávací pozice při jednáních s orgány státní správy.
- Nabídka služeb pro podnikatelské subjekty, které chtějí komunikovat pravidelně.
- Emise poštovních známek – na základě poštovního zákona má držitel poštovní licence výhradní právo uvádět poštovní známky do oběhu.⁴⁶

4.3 Financování univerzální služby

Na začátek je potřeba zmínit, že proto, aby bylo možné zajistit životaschopnou UPS v podmínkách plně liberalizovaného trhu, je vhodné učinit několik opatření:

1. Restrukturalizace poskytovatele UPS s cílem dosažení větší efektivity v provozování poštovních služeb. Např. nepopulární model redukce pošt je dnes běžně použit v severních zemích EU s tím, že je dosahováno daleko vyšší efektivity.
2. Udělení větší obchodní volnosti poskytovateli UPS z důvodu schopnosti finančního zajištění poskytování UPS do doby, než bude tato služba zajištěna působením samotného trhu.
3. Zavedení a nastavení správného přístupu do sítě poskytovatele UPS. Nezbytné je především přesně stanovit cenu přístupu do sítě. Dobře nastavený systém může přispět k financování UPS jejímu poskytovateli.

⁴⁶ § 35, odst. 3 zákona č.29/2000 Sb., o poštovních službách a o změně některých zákonů (zákon o poštovních službách), ve znění pozdějších předpisů, a některé další zákony.

4. Zavedení principu výběrových řízení na identifikace poskytovatele UPS. Toto opatření přispěje k zefektivnění, nicméně je nutné dodat, že dnes je na trhu pouze jediný poskytovatel, který je schopen zajistit kvalitativně definovaný závazek UPS, což je ČP. V současné době je proto výběrové řízení bezpředmětné, do budoucna však lze o této možnosti určitě uvažovat.
5. Identifikovat vhodný mechanismus dodatečného financování závazku UPS. [26]

4.3.1 Mechanismy zajišťování dodatečného financování UPS

Z Třetí poštovní směrnice pro členské státy EU vyplývá právo rozhodnout o způsobu financování závazku UPS, představuje-li pro jejího poskytovatele nepřiměřené finanční břemeno. Článek 7 Třetí poštovní směrnice uvádí: „*Členské státy mohou financovat poskytování univerzálních služeb v souladu s jedním nebo více způsoby uvedenými v odstavcích 2, 3 a 4 nebo jakýmkoli jiným způsobem, který je v souladu se Smlouvou ES.*“⁴⁷ Mechanismy financování skutečných nákladů závazků EU se rozdělují do 5 základních skupin:

a) **Kompezanční fond** – jedna z nejrozšířenějších forem financování. Tento mechanismus se vyskytuje v právních předpisech některých členských států EU, nicméně jediný případ reálného fungování je sektor poštovních služeb v Itálii. Výsledky jsou však při nejmenším diskutabilní. Jinými slovy v oblasti poštovních služeb nejsou s kompenzačním fondem téměř žádné zkušenosti, lze však předpokládat, že s postupující liberalizací bude tato možnost reálně zvažována ve více zemích. V ČR kompezanční fond krátce fungoval v oblasti telekomunikací, nicméně ani v tomto případě

⁴⁷ Článek 7, odst. 1 Směrnice 2008/6/ES Evropského parlamentu a Rady, kterou se mění Směrnice 97/67/ES s ohledem na úplné dotvoření vnitřního trhu poštovních služeb Společenství. V odstavcích 2, 3 a 4 jsou konkrétně uvedeny tyto mechanismy: zadávání veřejných zakázek na poskytování UPS, mechanismus kompenzování čistých nákladů UPS z veřejných prostředků a mechanismus kompenzování čistých nákladů UPS rozdělením těchto nákladů mezi poskytovatele služeb anebo jejich uživatele s možným využitím kompenzačního fondu.

se příliš neosvědčil a nakonec došlo ke změně financování – na dotace ze státního rozpočtu. [26]

b) **Dotace ze státního rozpočtu** – velmi jednoduchá varianta, kdy závazek UPS je financován ze státního rozpočtu, v dnešní době ovšem těžko prosaditelná.

c) **Mechanismus „zaplat’ nebo poskytnutí“** – mechanismus „pay or play“, tj. volba buď budeš poskytovat, nebo budeš platit. Poštovní operátoři mají možnost volby – buď se budou podílet na poskytování služeb v oblasti závazku UPS, nebo budou finančně přispívat těm operátorům, kteří budou služby poskytovat. Příkladem takového fungování je Finsko, kde neplatil ten, kdo poskytoval UPS v málo přístupných či osídlených oblastech a naopak ti, co poskytovali v hustě osídlených oblastech, tak museli přispívat.

d) **Navýšení poplatků za přístup do sítě** – mechanismus, který funguje na principu poplatků účtovaných operátorům, kteří musí zaplatit za přístup do sítě poskytovatele UPS. Nezbytná je zde existence funkčního mechanismu přístupu do sítě. V ČR např. zatím nefunguje, ale velmi dobrým příkladem fungujícího přístupu do sítě je ve Spojeném království.

e) **Výběrové řízení** – patří mezi obecná opatření, které přispívá ke snížení nákladů závazku UPS. Nemá zdroj financování, čili nelze ho chápat jako mechanismus zajištění dodatečného kompenzování. [26]

4.4 Novela zákona o poštovních službách

Vládní návrh zákona, kterým se mění zákon č. 29/2000 Sb. o poštovních službách a o změně některých zákonů (zákon o poštovních službách) ve znění pozdějších předpisů, je v současné době projednáván na půdě Parlamentu ČR (poprvé byl předložen v listopadu 2011). Podrobně se jím zabývá Hospodářský výbor Poslanecké sněmovny.

Primárním cílem této novely je tzv. transpozice⁴⁸ evropské Třetí poštovní směrnice, kterou se uzavírá postupný proces liberalizace poštovního trhu v Evropě. Směrnice musí být do českého právního řádu transponována nejpozději do konce tohoto roku, tj. do 31. 12. 2012. Přestože bude poštovní trh plně liberalizován, zůstává stále zachována povinnost státu zajistit minimální rozsah základních služeb, resp. UPS. Nový právní rámec musí vytvořit podmínky pro spravedlivou soutěž na trhu poštovních služeb a současně garantovat poskytování kvalitních a cenově dostupných základních služeb na území České republiky. [35]

Pro zajištění implementace výše uvedené evropské směrnice návrh novely poštovního zákona obsahuje zejména následující oblasti:

- **Financování základních poštovních služeb** – je považováno za nejdůležitější novelizovanou oblast. Nebude možné aplikovat dosavadní systém financování těchto služeb (vyšší náklady v řídce obydlených oblastech byly hrazeny ze zisků z oblastí s nižšími náklady – města, aglomerace) prostřednictvím monopolu, neboť v souvislosti s liberalizací je nezbytné jeho zbývající část zrušit. Prioritně bude uplatňován systém úhrady nákladů spojených s poskytováním základních služeb prostřednictvím tzv. nákladově orientovaných cen. Pouze v případě, že by se takto stanovené ceny staly cenově nedostupnými, a cena bude proto regulována Českým telekomunikačním úřadem, budou takto vzniklé rozdíly, které jsou nazývány čistými náklady, hrazeny prostřednictvím zvláštního účtu, někdy nazývaného fond univerzální služby či kompenzační fond⁴⁹. Nutno podotknout, že čisté náklady musí představovat nespravedlivou finanční zátěž⁵⁰. Do kompenzačního fondu budou

⁴⁸ zavádění legislativy Evropské unie do legislativy jejích členských států s cílem sblížení jejich právních řádů

⁴⁹ Druhá z možností, kterou Třetí poštovní směrnice nabízí je financování případných čistých nákladů přímo ze státního rozpočtu. Tato možnost byla předkladatelem novely zákona, tj. MPO konzultována, ale vládou zamítnuta. [27]

⁵⁰ Dle § 34c, odst. 2 vládního návrhu zákona, kterým se mění zákon č. 29/2000 Sb., o poštovních službách a o změně některých zákonů (zákon o poštovních službách), ve znění pozdějších předpisů, a

→ pokračování na další straně

přispívat provozovatele poštovních služeb s výnosy nad 10 mil. Kč ročně včetně těch, kterým byla uložena povinnost univerzální služby. Bude přitom brán ohled na jejich podíl na trhu poštovních služeb a výše jejich platby musí splnit kritérium přiměřenosti. Pro úplnost nutné konstatovat, že do fondu by se přispívalo zpětně, tedy po případném vzniku čistých nákladů, a po ověření jejich výše ČTÚ. [13], [27]

- **Vymezení trhu poštovních služeb** – navrhovaná novela vymezuje, které služby budou podléhat režimu zákona o poštovních službách (podle současné právní úpravy je tento režim závazný pouze pro služby spočívající v dodávání písemností – to souvisí s poštovní výhradou na písemné zásilky a potřebou kontroly jejího dodržování). Provozovatelé těchto služeb se budou registrovat u ČTÚ a budou podléhat jeho dohledové činnosti⁵¹. Zároveň se tím stanou potenciálními přispěvateli do zvláštního účtu pro financování případných čistých nákladů. [13], [27]
- **Stanovení rozsahu základní služby** – stávající mechanismus rozsahu základní služby, který stanovuje ČTÚ a následně vyvěšuje v Poštovním věstníku (viz kapitola 2.5.4) je nahrazován stanovením rozsahu základní služby přímo v zákoně. *„Prováděcí právní předpis pak stanoví podrobnou technickou specifikaci jednotlivých poštovních služeb včetně rozměrů balíků a jiných zásilek a dále stanoví kvalitativní požadavky na jejich zajištění“*⁵².
- **Přístup k prvkům poštovní infrastruktury** – zcela nová úprava stanovuje povinnost pro držitele poštovní licence za úplaty sdílet některé služby a vybrané

některé další zákona se za nespravedlivou finanční zátěž nepovažují čisté náklady do výše 1 procenta celkových nákladů držitele poštovní licence za zúčtovací období.

⁵¹ Novela zákona koncentruje správní, kontrolní a regulační činnost nad trhem poštovních služeb z více orgánů státní správy (životnostenské úřady, MFČR a ČTÚ) do rukou jednoho orgánu, kterým je ČTÚ. [27]

⁵² Dle § 3, odst. 3 vládního návrhu zákona, kterým se mění zákon č. 29/2000 Sb., o poštovních službách a o změně některých zákonů (zákon o poštovních službách), ve znění pozdějších předpisů, a některé další zákona základní kvalitativní požadavky zabezpečí zejména rychlost, spolehlivost a pravidelnost základních služeb, dostatečnou hustotu obslužných míst zajišťujících poštovní podání, jakož i nezbytnou úroveň informovanosti uživatelů o způsobu zajištění základních služeb.

prvky jeho poštovní infrastruktury. Tento přístup byl zvolen za účelem zkvalitnění poštovních služeb a také podpory rozvoje konkurence.

- **Udělení poštovní licence České poště, s.p. s dobou platnosti do konce roku 2017, tj. na 5 let** – v zájmu zajištění kontinuity v poskytování základních poštovních služeb a v souladu s obvyklou praxí aplikovanou v jiných členských státech bylo navrženo udělit poštovní licenci současnému NPO na dalších 5 let. Na následné období pak bude vyhlášeno výběrové řízení. Udělením licence, se na rozdíl od současnosti, neuděluje monopol, ale pouze je uložena povinnost zajišťovat základní poštovní služby.
- **Zajištění dalších činností, které v současné době vykonává Česká pošta, s.p. jako držitel poštovní licence** – nepoštovní služby jako např. výplata dávek důchodového pojištění, výběr rozhlasových a televizních poplatků atp. (viz kapitola 3.5.2), které jsou dosud povinně vykonávány ČP, budou i nadále zajišťovány držitelem poštovní licence, tedy ČP, případně jejím právním nástupcem.
- **Opatření proti nerovné soutěži – tzv. vyzobávání rozinek** – tato právní úprava stanovuje povinnost provozovatelům poštovních služeb dodávat poštovní zásilky (písemnosti do hmotnosti 50 g a ceny 18 Kč) na celém území ČR, přestože by jejich obchodním zájmem bylo tyto zásilky dodávat jen ve velkých městech (Praha, Brno, Ostrava, Plzeň). Zároveň je stanovena povinnost pro držitele poštovní licence sdílet poštovní infrastrukturu s ostatními konkurenty za ceny zohledňující nákladovost dodávání těchto zásilek do méně lukrativních oblastí. [13], [27]

Je třeba zdůraznit, že předkládaná novela plně respektuje obsah Třetí poštovní směrnice a inspiruje se úpravami, které zvolily členské státy EU, u kterých byl proces liberalizace již zcela dokončen. [13], [27]

4.5 Finanční dopad navrhované novely zákona o poštovních službách na státní rozpočet

Vzhledem ke skutečnosti, že případné čisté náklady budou hrazeny ze zvláštního účtu - z kompenzačního fondu (druhá nabízená možnost financování prostřednictvím státního rozpočtu byla vládou zamítnuta), je hospodářský a finanční dopad navrhované novely nulový.

V rámci zajištění řádného fungování nového regulačního modelu budou kladeny větší nároky na činnost národního regulačního úřadu. Půjde zejména o:

- Provádění přezkumu potřeby ukládat povinnost zajistit základní služby
- Posuzování hmotných a nehmotných výhod
- Ověřování výše čistých nákladů
- Určení nespravedlivé finanční zátěže
- Vyměření a vybírání plateb na účet financování základních služeb [35]

Národní regulační úřad specifikoval, na základě zkušeností a rozsahu obdobných činností v oblasti elektronických komunikací, minimální požadavek na navýšení počtu zaměstnanců od roku 2013 pro výkon výše uvedených činností. S tím souvisí i navýšení potřebných finančních prostředků kapitoly ČTÚ. [35]

4.6 Ekonomické dopady na poskytovatele základní služby

Negativní dopad na poskytovatele základní služby bude mít v první řadě navrhovaný mechanismus financování této služby, kterým je kompenzační fond. Do tohoto fondu budou přispívat všichni provozovatelé v poměru svých tržních podílů. Za předpokladu, že podíl ČP se bude i po liberalizaci k 85 %, bude sama ČP přispívat ve výši 85 % do tohoto fondu, aby ji v případě vzniku čistých nákladů, byly tyto peníze vráceny. Jinými slovy lze říci, že čisté náklady nebudou ČP žádným způsobem hrazeny, resp. budou hrazeny pouze tou malou částí, kterou přispějí konkurenti. Podniku tak reálně hrozí nezaviněná ztráta v řádu stovek milionů Kč, kterou nebude schopna pokrýt

ze svého zisku. Takto vysoká ztráta může reálně ohrozit ekonomickou rovnováhu ČP, při čemž její narušení by ohrozilo řádné zajištění základních služeb. [26]

Dalším důležitým aspektem je nejasné vymezení základních služeb a také stanovení kvalitativních požadavků na zajištění základních služeb, na kterých závisí přímé náklady poskytovatelů základních služeb. Rozsah základních služeb podle článku 3 poštovní směrnice bude stanoven přímo v zákoně, včetně rámcového vymezení kvalitativních požadavků na zajištění základních služeb. Podrobné vymezení těchto služeb včetně úrovně kvality však stanoví ČTÚ prováděcí vyhláškou, při čemž jejich rozsah a definice může podle své úvahy měnit. Takové řešení vystavuje poskytovatele základních služeb ekonomické nejistotě ohledně toho, které služby bude stát za regulovaných podmínek od nich vyžadovat, a které ne. Vzhledem k tomu, že jejich rozsah není určen dlouhodobě zákonodárně, ale je určen jednostranným rozhodnutím ČTÚ (které může mít i pouze krátkodobou platnost), může dojít k mnohonásobnému navýšení přímých nákladů poskytovatele základních služeb, neboť řádné zajištění základních služeb vyžaduje rozsáhlé a dlouhodobé investice. [26]

Jedním z efektů liberalizace by měl být tlak na NPO k zefektivnění svých nákladů. Vzhledem k doporučenému opatření restrukturalizace poskytovatele UPS (viz kapitola 4.2) se dá předpokládat tlak na efektivitu provozování poštovních služeb. Ten by měl vést ke snižování nákladů, což ovšem nemusí nutně souviset s redukcí činností (např. optimalizací procesů).

4.7 Ekonomické dopady na příjemce základní služby

Dopady na příjemce základní služby se dají předpokládat minimálně dva. Prvním je zlevnění služeb v důsledku konkurence, což lze dobře ukázat opět na odvětví autobusové dopravy, kdy po vstupu konkurence na danou meziměstskou linku došlo v průběhu několika měsíců k razantnímu snížení cen jízdného. Např. na pravidelné lince Liberec – Praha zaplatí dospělý cestující jízdné 85 Kč, pokud vlastní kreditovou jízdenku tak 70 Kč. Je ovšem nezbytné podotknout, že zlevnění jízdného se týká pouze lukrativních linek, u těch ostatních, kde nepůsobí konkurence, se ceny jízdného příliš nemění. Např. na trase Liberec – Mladá Boleslav, která je obsluhována národním

autobusovým dopravcem ČSAD Liberec a.s., dospělý cestující zaplatí 60 Kč (i když trasa je vzdálenostně dvakrát kratší). V oblasti poštovních služeb se zatím tento pozitivní dopad příliš předikovat nedá.

Liberalizace může mít také opačný efekt v hůře dostupných oblastech, kde se předpokládá, že k rozvoji konkurence nedojde. Vzhledem k uplatnění nákladově orientovaných cen a logicky vyšším nákladům v těchto oblastech, může dojít i k podstatnému zvýšení cen.

5. Závěr

Liberalizace poštovního trhu je nezvratný proces, na jehož konci se očekává konkurenci zcela otevřený poštovní trh. [17] Odpověď na otázku, zda skutečně přinese konkurenci, která povede ke zkvalitnění služeb pro veřejnost, není, jak z předchozího textu vyplývá, jednoznačná. Zásadním faktorem je bezesporu stále pokračující úbytek zájmu o listovní poštovní služby v důsledku rychlé elektronizace. Domnívám se proto, že liberalizace v ČR nepovede k masivnímu rozvoji konkurence v této oblasti, a že pokud dojde ke zkvalitňování poštovních služeb, bude k němu docházet zejména v souvislosti se zaváděním právě některých elektronických nástrojů, jako jsou e-dodejky, sms avizování, hybridní pošta apod., které nebudou přímo souviset s rozvojem konkurence, ale s faktem, že celé odvětví musí být pro veřejnost „atraktivnější“. Současně lze podle mne v budoucnu očekávat ještě větší posílení nezastupitelné role univerzální služby jako služby pro „potřebné“ skupiny obyvatel, které k jiným elektronickým prostředkům nemají, nemohou nebo nechťejí mít přístup (včetně nevidomých občanů), a pro které budou poštovní služby v podmínkách plně liberalizovaného trhu představovat jedinou dostupnou formu písemné komunikace. O to více bude pak aktuální otázka zajištění financování této „veřejné“ služby. Pokud totiž bude pokračovat současný trend zájmu o tyto služby, nelze podle mého názoru očekávat, že čisté náklady univerzální služby budou pokryty z příspěvků jednotlivých operátorů, respektive v případě ČR většinově sanovány Českou poštou, s.p. Domnívám se, že v budoucnu bude muset dojít buď k postupnému slevování z požadavků na kvalitu a dostupnost základních poštovních služeb a tím snížení nákladů na její zajištění, anebo se na financování této služby bude muset podílet alespoň z části stát.

Po prostudování zkušeností v odvětví autobusové a železniční dopravy se ukázalo, že v obou případech si konkurence na trhu vybrala pouze lukrativní oblasti (v železniční dopravě to je trať Praha – Ostrava – Havířov, v autobusové dopravě pak linka Praha - Brno) a regionální tratě ponechala národním dopravním operátorům, resp. obcím a krajům. Díky této zkušenosti je možné předpokládat, že riziko tzv. vyzobávání rozinek nastane po otevření trhu konkurenci i v oblasti poštovních služeb. Opatření proti vyzobávání rozinek bylo jednou ze změn, která byla obsažena v návrhu novely zákona,

ale z důvodu nenaplnění smyslu a účelu Třetí poštovní směrnice, tedy vytvoření úplného liberalizovaného poštovního trhu, nebylo nakonec do návrhu zapracováno. Vzhledem k tomu, že novela zákona o poštovních službách nepočítá s žádným opatřením, které by „vyzobávání“ zabránilo, či alespoň omezilo možnost konkurentů soustředit se pouze na nejlukrativnější části poštovního trhu, tj. Praha, Brno, Ostrava, Plzeň a ty méně lukrativní, méně ekonomicky výhodné oblasti by byly ponechány národnímu operátorovi, který je povinen poskytovat základní služby na celém území ČR, je více než pravděpodobné, že toto riziko nastane.

Závěrem lze konstatovat, že liberalizace poštovního trhu v současné době, s ohledem na vnější podmínky listovního trhu i v důsledku nastavení veškerých parametrů, není ani tak o zkvalitnění služeb, jako spíš o udržení jejich kvality na stejné úrovni a za přijatelnou cenu. Zdá se tedy, že původně stanovených cílů liberalizace nedosáhne.

Seznam použité literatury

- [1] *Asociace alternativních poštovních operátorů* [online]. 2012 [cit. 2012-04-24]. Dostupný z WWW: <http://www.aapo.cz/>
- [2] CREW, M.; KLEINDORFER, P. *Competition and Regulation in the Postal and Delivery Sector*, Boston: Kluwer Academic Publisher, 2006. ISBN 978-1-84720-507-0.
- [3] *Česká distribuční a.s.* [online]. 2012 [cit. 2012-04-24]. Dostupný z WWW: <http://www.distribucni.cz/>
- [4] JANKOVÁ, L. Poslanecká sněmovna schválila novelu zákona o drahách. [online]. Praha: Beck.cz, 2011 [cit. 2012-04-21]. Dostupný z WWW: http://www.ipravnik.cz/cz/aktuality/ap_16/pd_1/art_7150/rbsearchsource_article/txtexpresion_2001/detail.aspx
- [5] HENRIK B. OKHOLM et al. *Main developments in the postal sector (2008 - 2010)*, COPENHAGEN ECONOMICS Denmark [online]. 2010 [cit. 2012-04-17]. Dostupný z WWW: http://ec.europa.eu/internal_market/post/doc/studies/2010-main-developments_en.pdf
- [6] HORNAČEK, J. Budoucnost liberalizace železničního trhu [online]. Praha: Italsko-česká smíšená obchodní a průmyslová komora, 2012 [cit. 2012-04-21]. Dostupný z WWW: <http://www.camic.cz/a59-il-futuro-delle-liberalizzazioni-ferroviarie/b6-interviste/news.tab.cs.aspx>
- [7] HORNAČEK, J. Železniční přeprava, trh otevřený! [online]. Praha: Italsko-česká smíšená obchodní a průmyslová komora, 2012 [cit. 2012-04-21]. Dostupný z WWW: <http://www.camic.cz/a57-zeleznicni-preprava-trh-otevreny/news.tab.cs.aspx>
- [8] *I.D. Marketing ČR s.r.o.* [online]. 2012 [cit. 2012-04-24]. Dostupný z WWW: <http://www.idmarketing.cz/cz/tnt-post/>
- [9] *Mediaservis* [online]. 2012 [cit. 2012-04-24]. Dostupný z WWW: <http://www.mediaservis.cz/>

- [10] NICK VAN DER LIJN et al. *Main developments in the postal sector (2006 - 2008)*. ECORYS Nederland BV [online]. 2008 [cit. 2012-04-10]. Dostupný z WWW: http://ec.europa.eu/internal_market/post/doc/studies/2008-ecorys-final_en.pdf
- [11] *Nezávislý zdroj informací o liberalizaci trhu v České republice* [online]. 2009 [cit. 2012-04-10]. Dostupný z WWW: <http://liberalizace.nycor.cz/>
- [12] *Poštovní věstník, Český telekomunikační úřad, 2008, částka 13/2008, ISSN 1211-2704*
- [13] *Sněmovní tisk č. 535, část 1/8* [online]. Parlament ČR, 2012 [cit. 2012-04-10]. Dostupný z WWW: <http://www.psp.cz/sqw/text/tiskt.sqw?O=6&CT=535&CT1=0>
- [14] *Student Agency, s.r.o.* [online]. 2012 [cit. 2012-04-24]. Dostupný z WWW: <http://www.studentagency.cz/>
- [15] SUCHÁ, M. Na liberalizaci se připravujeme 4 roky. *Marketing & Media* [online]. 2011 [cit. 2012-04-24]. Dostupný z WWW: <http://mam.ihned.cz/c1-52623450-na-liberalizaci-se-pripravujeme-4-roky>
- [16] *Světová poštovní úmluva, Závěrečný protokol Světové poštovní úmluvy.* [online]. Světová poštovní unie, 2008. [cit. 2012-04-10]. Dostupný z WWW: <http://www.ceskaposta.cz/assets/o-ceske-poste/pravni-predpisy/umluva5.pdf>
- [17] ŠVADLENKA, L. Liberalizace poštovního trhu. *Poštovní kurýr*, 2010, roc.5, s. 4-6. Dostupný v Poštovním muzeu v Praze.
- [18] ŠVADLENKA, L. Tajemství evropských liberalizací. *Direct marketing: společná příloha měsíčníku Trend Marketing a týdeníku Marketing & Media*, 2008, č. 4, s. 22-23. ISSN 1212-9496.
- [19] ŠVADLENKA, L; ROTH, J. Právní rámec sektoru poštovních služeb EU a ČR. *Perner's Contacts*, 2008, roč. 3, č. 3, s. 73-79. ISSN 1801-674X.
- [20] *Výroční zpráva České distribuční a.s. za rok 2009* [online]. 2009, [cit. 2012-04-21]. Dostupný z WWW: <http://portal.justice.cz/Justice2/Uvod/uvod.aspx>

- [21] *Výroční zpráva Českých drah a.s. za rok 2009* [online]. 2009, [cit. 2012-04-21]. Dostupný z WWW: http://www.ceskedrahy.cz/assets/skupina-cd/fakta-a-cisla/vyrocní-zpravy/vz_cd_2009_cz.pdf
- [22] *Výroční zpráva České pošty, s.p. za rok 2010* [online]. Česká pošta, s.p., 2011, [cit. 2012-04-21]. Dostupný z WWW: http://www.ceskaposta.cz/assets/o-ceske-poste/profil/ceska-posta_VZ_2010-web.pdf
- [23] *Výroční zprávy Mediaservis, s.r.o. za roky 2009 – 2010* [online]. 2009-2010, [cit. 2012-04-21]. Dostupný z WWW: <http://portal.justice.cz/Justice2/Uvod/uvod.aspx>
- [24] *Výroční zpráva TNT Post ČR s.r.o. za rok 2009* [online]. 2009, [cit. 2012-04-21]. Dostupný z WWW: <http://portal.justice.cz/Justice2/Uvod/uvod.aspx>
- [25] *Základní informace o Českém telekomunikačním úřadu* [online]. 2012 [cit. 2012-04-10]. Dostupný z WWW: <http://www.ctu.cz/o-ctu/zakladni-informace.html>
- [26] *Zápis z 21. schůze Hospodářského výboru ze dne 8. prosince 2011, včetně zvukového záznamu, Poslanecká sněmovna Parlamentu ČR* [online]. 2012, [cit. 2012-04-21]. Dostupný z WWW: <http://www.psp.cz/sqw/text/text2.sqw?idd=77479>
- [27] *Zápis z 22. schůze Hospodářského výboru ze dne 11. ledna 2012, Poslanecká sněmovna Parlamentu ČR* [online]. 2012, [cit. 2012-04-21]. Dostupný z WWW: <http://www.psp.cz/sqw/text/text2.sqw?idd=8223>

Právní předpisy:

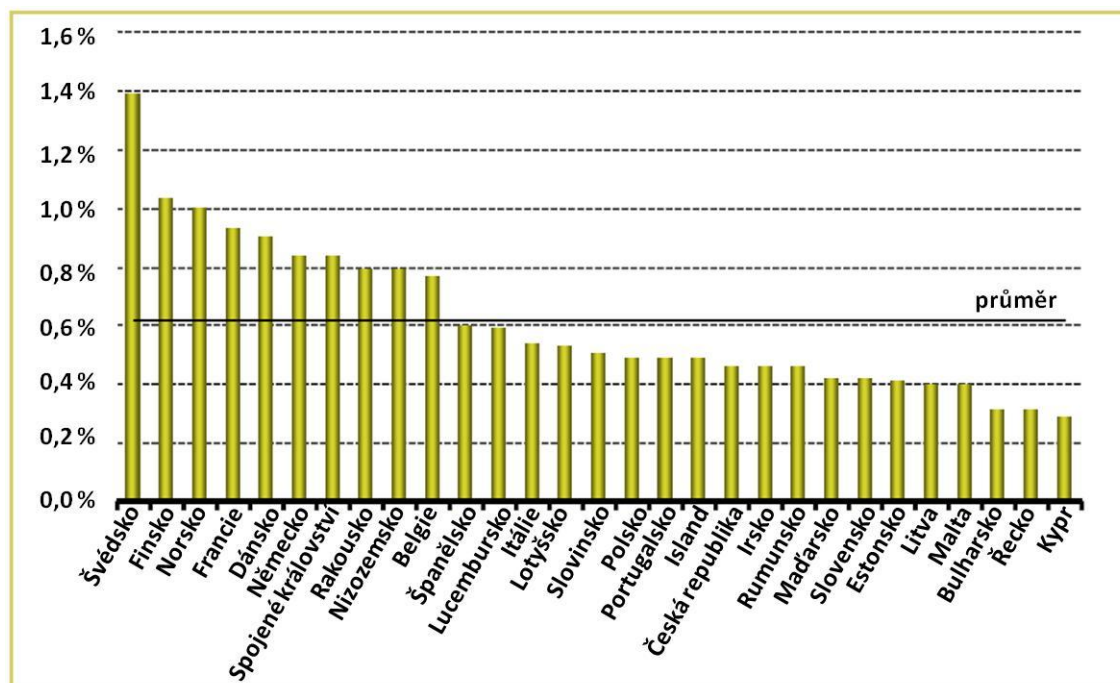
- [28] Nařízení vlády č. 112/2000 Sb., kterým se stanovila částka určující, kdy je provozování poštovních služeb, jejímž účelem je dodání písemné zprávy, vyhrazeno držiteli poštovní licence a zvláštní poštovní licence
- [29] Nařízení vlády č. 305/2003 Sb., kterým se stanoví rozsah poštovního oprávnění
- [30] Nařízení vlády č. 512/2005 Sb., o stanovení rozsahu poštovního oprávnění
- [31] Směrnice 2006/112/ES Rady o společném systému daně z přidané hodnoty

- [32] Směrnice 2007/58/ES Evropského parlamentu a Rady, kterou se mění směrnice 91/440/EHS o rozvoji železnic Společenství a směrnice 2001/14/ES o přidělování kapacity železniční infrastruktury a zpoplatnění železniční infrastruktury
- [33] Směrnice 2008/6/ES Evropského parlamentu a Rady, kterou se mění směrnice 97/67/ES s ohledem na úplné dotvoření vnitřního trhu poštovních služeb Společenství
- [34] Směrnice 97/67/ES Evropského parlamentu a Rady o společných pravidlech pro rozvoj vnitřního trhu poštovních služeb Společenství a zvyšování kvality služby
- [35] Vládní návrh zákona, kterým se mění zákon č. 29/2000 Sb., o poštovních službách a o změně některých zákonů (zákon o poštovních službách), ve znění pozdějších předpisů, a některé další zákony
- [36] Zákon č. 29/2000 Sb., o poštovních službách ve znění pozdějších předpisů
- [37] Zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty

Seznam příloh

PŘÍLOHA 1	PODÍL POŠTOVNÍHO SEKTORU NA TVORBĚ HDP V ROCE 2009II
PŘÍLOHA 2	ZAMĚSTNANOST V POŠTOVNÍM SEKTORU VE VZTAHU K CELKOVÉ ZAMĚSTNANOSTI.....III
PŘÍLOHA 3	SEZNAM ZÁKLADNÍCH SLUŽEB, NA KTERÉ SE VZTAHUJE POŠTOVNÍ POVINNOSTIV

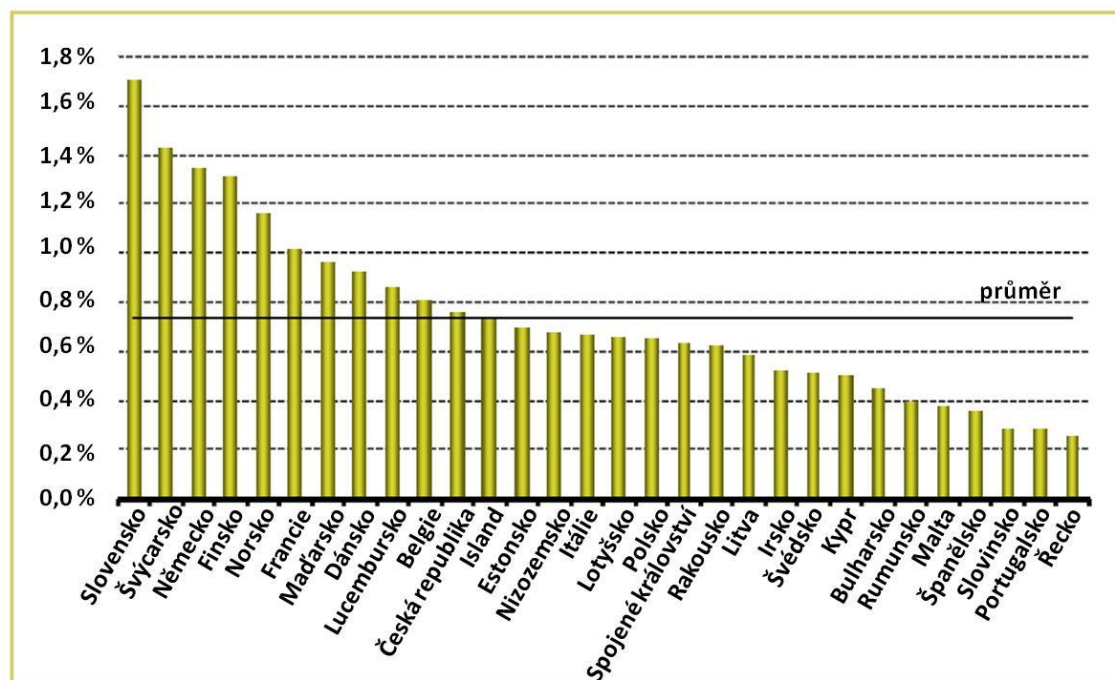
Příloha 1 Podíl poštovního sektoru na tvorbě HDP v roce 2009



Zdroj: [5], [13]

Průměrný podíl poštovního sektoru na tvorbě HDP je 0,6 %; nejvyšší je v rozvinutých ekonomikách, jako jsou skandinávské země, Francie, Německo, Rakousko, Spojené království a Benelux, ve kterých sektor generuje od 0,8 do 1,4 % HDP. V zemích jižní a východní Evropy se poštovní služby na tvorbě HDP obvykle podílejí v rozmezí od 0,4 do 0,6 %. V Bulharsku, Řecku a na Kypru poštovní sektor tvoří okolo 0,3 % HDP. [5], [13]

Příloha 2 Zaměstnanost v poštovním sektoru ve vztahu k celkové zaměstnanosti



Zdroj: [5], [13]

Sektor poštovních služeb zůstává v Evropě i nadále důležitou oblastí z hlediska počtu pracovních míst. Zaměstnanost v poštovním sektoru v průměru představuje 0,75 % z celkové zaměstnanosti; v šesti zemích nachází uplatnění v sektoru více než 1 % z celkového počtu zaměstnanců, zatímco v jedenácti zemích je to méně než 0,55 %. [5], [13]

Příloha 3 Seznam základních služeb, na které se vztahuje poštovní povinnost

Základními službami jsou poštovní služby (body 1. až 16.) a zahraniční poštovní služby (bod 17.), které splňují všechna kritéria podle některého z bodů 1. až 17. [12]

1. Obyčejná služba (vnitrostátní)

- místo dodání je v České republice
- provozovatel převzetí poštovní zásilky nestvrzuje
- příjemce převzetí poštovní zásilky nepotvrzuje
- provozovatel za ztrátu, poškození nebo úbytek obsahu neodpovídá

2. Obyčejná služba pro nevidomé (vnitrostátní)

- místo dodání je v České republice
- provozovatel převzetí poštovní zásilky nestvrzuje
- příjemce převzetí poštovní zásilky nepotvrzuje
- provozovatel za ztrátu, poškození nebo úbytek obsahu neodpovídá
- jako obsah jsou povoleny jen věci pro potřebu nevidomých

3. Doporučená služba (vnitrostátní)

- místo dodání je v České republice
- provozovatel převzetí poštovní zásilky stvrzuje
- příjemce převzetí poštovní zásilky potvrzuje
- provozovatel odpovídá za ztrátu, poškození a úbytek obsahu
- v případě ztráty se náhrada škody poskytuje v paušální výši
- v případě poškození nebo úbytku obsahu se náhrada škody poskytuje až do výše částky určené odesílatelem nebo částky sjednané ve smlouvě

4. Doporučená služba pro nevidomé (vnitrostátní)

- místo dodání je v České republice
- provozovatel převzetí poštovní zásilky stvrzuje
- příjemce převzetí poštovní zásilky potvrzuje
- provozovatel odpovídá za ztrátu, poškození a úbytek obsahu
- v případě ztráty se náhrada škody poskytuje v paušální výši
- v případě poškození nebo úbytku obsahu se náhrada škody poskytuje až do výše částky určené odesílatelem nebo částky sjednané ve smlouvě
- jako obsah jsou povoleny jen věci pro potřebu nevidomých

5. Balíková služba (vnitrostátní)

- místo dodání je v České republice
- provozovatel převzetí poštovní zásilky stvrzuje
- příjemce převzetí poštovní zásilky potvrzuje
- provozovatel odpovídá za ztrátu, poškození a úbytek obsahu
- náhrada škody se poskytuje až do výše částky určené odesílatelem nebo částky sjednané ve smlouvě

6. Poštovní poukaz hotovost – hotovost (vnitrostátní)

- místo dodání je v České republice
- provozovatel převzetí peněžní částky stvrzuje
- peněžní částka je provozovateli předána v hotovosti
- příjemce převzetí peněžní částky potvrzuje
- výplata peněžní částky se uskutečňuje v hotovosti

7. Poštovní poukaz účet – hotovost (vnitrostátní)

- místo dodání je v České republice
- provozovatel převzetí peněžní částky stvrzuje
- peněžní částka je provozovateli předána bankovním převodem
- příjemce převzetí peněžní částky potvrzuje
- výplata peněžní částky se uskutečňuje v hotovosti

8. Poštovní poukaz hotovost – účet (vnitrostátní)

- místo dodání je v České republice
- provozovatel převzetí peněžní částky stvrzuje
- peněžní částka je provozovateli předána v hotovosti
- příjemce převzetí peněžní částky potvrzuje
- výplata peněžní částky se uskutečňuje bankovním převodem

9. Obyčejná služba (do zahraničí)

- místo dodání je v zahraničí
- provozovatel převzetí poštovní zásilky nestvrzuje
- příjemce převzetí poštovní zásilky nepotvrzuje
- provozovatel za ztrátu, poškození nebo úbytek obsahu neodpovídá

10. Obyčejná služba – tiskoviny (do zahraničí)

- místo dodání je v zahraničí
- provozovatel převzetí poštovní zásilky nestvrzuje
- příjemce převzetí poštovní zásilky nepotvrzuje
- provozovatel za ztrátu, poškození nebo úbytek obsahu neodpovídá
- jako obsah jsou povoleny jen tiskoviny

11. Obyčejná služba pro nevidomé (do zahraničí)

- místo dodání je v zahraničí
- provozovatel převzetí poštovní zásilky nestvrzuje
- příjemce převzetí poštovní zásilky nepotvrzuje
- provozovatel za ztrátu, poškození nebo úbytek obsahu neodpovídá
- jako obsah jsou povoleny jen věci pro potřebu nevidomých

12. Doporučená služba (do zahraničí)

- místo dodání je v zahraničí
- provozovatel převzetí poštovní zásilky stvrzuje
- příjemce převzetí poštovní zásilky potvrzuje
- provozovatel odpovídá za ztrátu, poškození a úbytek obsahu
- v případě ztráty se náhrada škody poskytuje v paušální výši
- v případě poškození nebo úbytku obsahu se náhrada škody poskytuje až do výše částky určené odesílatelem nebo částky sjednané ve smlouvě
- se zahraničním provozovatelem není sjednána závazná doba dodání

13. Doporučená služba – tiskoviny (do zahraničí)

- místo dodání je v zahraničí
- provozovatel převzetí poštovní zásilky stvrzuje
- příjemce převzetí poštovní zásilky potvrzuje
- provozovatel odpovídá za ztrátu, poškození a úbytek obsahu
- v případě ztráty se náhrada škody poskytuje v paušální výši
- v případě poškození nebo úbytku obsahu se náhrada škody poskytuje až do výše částky určené odesílatelem nebo částky sjednané ve smlouvě
- jako obsah jsou povoleny jen tiskoviny
- se zahraničním provozovatelem není sjednána závazná doba dodání

14. Doporučená služba pro nevidomé (do zahraničí)

- místo dodání je v zahraničí
- provozovatel převzetí poštovní zásilky stvrzuje
- příjemce převzetí poštovní zásilky potvrzuje
- provozovatel odpovídá za ztrátu, poškození a úbytek obsahu
- v případě ztráty se náhrada škody poskytuje v paušální výši
- v případě poškození nebo úbytku obsahu se náhrada škody poskytuje až do výše částky určené odesílatelem nebo částky sjednané ve smlouvě
- jako obsah jsou povoleny jen věci pro potřebu nevidomých
- se zahraničním provozovatelem není sjednána závazná doba dodání

15. Balíková služba (do zahraničí)

- místo dodání je v zahraničí
- provozovatel převzetí poštovní zásilky stvrzuje
- příjemce převzetí poštovní zásilky potvrzuje
- provozovatel odpovídá za ztrátu, poškození a úbytek obsahu
- náhrada škody se poskytuje až do výše částky určené odesílatelem nebo částky sjednané ve smlouvě
- se zahraničním provozovatelem není sjednána závazná doba dodání

16. Poštovní poukaz hotovost – hotovost (do zahraničí)

- místo dodání je v zahraničí
- provozovatel převzetí peněžní částky stvrzuje
- peněžní částka je provozovateli předána v hotovosti
- příjemce převzetí peněžní částky potvrzuje
- výplata peněžní částky se uskutečňuje v hotovosti

17. Základní zahraniční poštovní služby

Služby svou povahou obdobné poštovním službám podle bodů 9. až 16., jejichž poskytnutí bylo sjednáno v zahraničí a jejichž účelem je dodání věcí nebo peněžní částky v České republice. [12]